

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Lima

Notas Sectoriales

El mercado del aceite de oliva en Perú

El mercado del aceite de oliva en Perú

Esta nota ha sido elaborada por Carlos María Fernández Gómez bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Lima

Junio 2013

ÍNDICE

I. DEFINICION DEL SECTOR	5
1. Delimitación del sector	5
2. Clasificación arancelaria	5
II. OFERTA	6
1. Tamaño del mercado	6
2. Producción local	9
3. Exportaciones	11
4. Importaciones	11
III. DEMANDA	15
1. Factores socioeconómicos	15
2. Hábitos de consumo	15
3. Factores legislativos	16
IV. PRECIOS Y SU FORMACIÓN	17
1. Precios de importación (Valores CIF)	17
2. Segmentación de aceite envasado (Valores CIF)	18
3. Precios de venta al consumidor de aceite envasado	18
4. Formación de precios	20
V. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL	21
VI. DISTRIBUCIÓN	22
VII. CONDICIONES DE ACCESO AL MERCADO	24
1. Registro sanitario	24
2. Gravámenes aplicables	24
3. Procedimiento sobre derechos compensatorios	25
VIII. PERSPECTIVAS	26
1. Perspectivas de demanda	26
2. Perspectivas en la oferta	26
IX. OPORTUNIDADES	27

EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN PERÚ

X. INFORMACIÓN PRÁCTICA	28
1. Ferias	28
2. Publicaciones del sector	28
3. Asociaciones	28
4. Otras direcciones de interés	29
XI. FUENTES	30

ICEEX

I ■ DEFINICION DEL SECTOR

1. DELIMITACIÓN DEL SECTOR

El presente estudio tiene como objetivo el análisis del sector del aceite de oliva en Perú, haciendo una distinción entre el mercado del aceite envasado y a granel, cuyas diferencias en cuanto a sistema de distribución, calidad y cliente final del mismo **hacen que deban ser tratados por separado.**

Se han estudiado datos de producción nacional y estadísticas de importación y exportación, y se ha obtenido información cualitativa de varios distribuidores peruanos de aceite español.

En cuanto a la normativa técnica peruana (NTP N° 209.013.2008), esta no supone en general una restricción para la entrada de aceite extranjero, dado que es solamente orientativa; cabe señalar en todo caso que los criterios en materia de acidez son menos exigentes que en la Unión Europea.

2. CLASIFICACIÓN ARANCELARIA

Se han utilizado las siguientes partidas arancelarias de la Nomenclatura Común de los Países de la Comunidad Andina, cuyas cuatro primeras cifras coinciden con las del Sistema Armonizado:

1509.10.00.00	Aceite de oliva virgen.
1509.90.00.00	Aceite de oliva y sus fracciones incluso refinado pero sin modificar químicamente.

Existe otra partida arancelaria, la *1510.00.00.00 Los demás aceites y sus fracciones obtenidos exclusivamente de aceituna incluso refinado*, que no se ha considerado en el estudio ya que no hay registros de importaciones desde 2006 y las exportaciones son mínimas (del orden de 0.5 t al año)

Para discriminar entre importaciones a granel y envasadas se han utilizado los datos aduaneros.

II. OFERTA

1. TAMAÑO DEL MERCADO

Mercado de aceites vegetales

El aceite de oliva en Perú es muy minoritario en comparación con el del resto de aceites vegetales como girasol, soja y palma. Su mercado total está en torno a las 630.000 toneladas en 2012, habiendo tenido un incremento del 19% en el período 2012/2006.

Aceites vegetales	Importaciones	Exportaciones	Ventas interiores	Tamaño Mercado
2006	326.339	741	204.421	530.019
2007	339.335	967	219.261	557.629
2008	338.961	853	188.300	526.408
2009	317.404	785	190.098	506.718
2010	396.307	532	237.040	632.815
2011	369.094	1.304	184.627	552.417
2012	388.409	1.608	244.737	631.539
2012/2006	+19,02%	+116,93%	+19,72%	+19,15%

Mercado de aceites vegetales (Tm). Fuentes: Ministerio de Agricultura¹ y Veritrade

En Perú los aceites de uso común suelen ser vegetales, frecuentemente basados en mezclas de distintas plantas oleaginosas (soja, algodón, maíz, girasol, palma); en ocasiones estos se combinan también con aceite de pescado. El aceite de soja se importa de otros países de la región, mientras que los restantes aceites (con la excepción parcial de los de girasol y oliva) son de producción local. Dentro del aceite de producción peruana, destaca el de palma, con un gran dinamismo en los últimos años.

La siguiente tabla recoge las importaciones de aceites vegetales y ofrece una primera aproximación al limitado peso que el aceite de oliva tiene dentro de ellas.

¹ Los datos provenientes del Ministerio de Agricultura (los datos de ventas, en esta tabla), deben ser tomados con precaución ya que no suelen provenir de la totalidad de los productores peruanos y, por lo tanto, pueden ser cifras parciales.

EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN PERÚ

Importaciones	Soja	Palma	Girasol	Oliva	Maíz
2006	302.596	10.389	0	173	61
2007	300.537	24.030	7.191	223	53
2008	291.855	37.251	7.937	274	116
2009	272.091	34.540	9.245	245	43
2010	351.929	31.041	11.568	352	51
2011	314.899	37.787	14.963	319	85
2012	343.649	25.081	18.042	324	40
%2012	88,48%	6,46%	4,65%	0,08%	0,01%

Importación de aceites vegetales por tipología (Tm). Fuente Veritrade.

Mercado del aceite de oliva

El aceite de oliva es por tanto un producto minoritario en el país, con precios tradicionalmente elevados y la consideración de producto de lujo. Consecuentemente, el canal principal de venta son los hipermercados y supermercados (las tiendas tipo “delicatesen” tienen todavía escasa relevancia en Perú). El producto importado es generalmente de calidad notablemente superior a la del producto local, si bien parece apuntarse una cierta mejora de la calidad promedio de esta última en tiempos recientes. Puede reseñarse también la demanda de este producto no sólo con fines alimentarios sino también terapéuticos, siendo éste un producto que también se dispensa en farmacias.

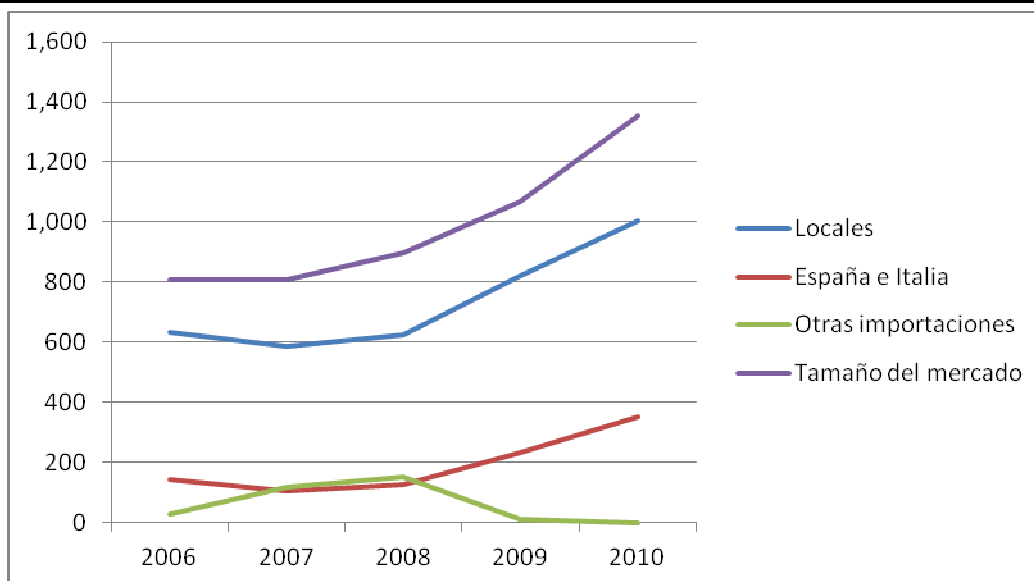
Las estadísticas sobre el mercado son incompletas, debido sobre todo a las limitaciones de los datos sobre producción local recopiladas por el Ministerio de Agricultura. La mejor información proviene de un estudio *ad hoc* sobre el sector realizado por el organismo peruano INDECOPI en el marco de un procedimiento comercial antisubvención (ver “Procedimiento sobre derechos compensatorios”), estudio que sin embargo sólo cubre los años hasta 2010. Primero se ofrecerá una visión estructural del sector basado en este estudio, y posteriormente se comentarán las cifras del Ministerio, que permitirán aproximar la evolución del mercado en los últimos dos años.

En el año 2010, el aceite español e italiano cubría en torno al 25% del consumo total de aceite en el país. Se observa también un rápido crecimiento del mercado, tanto en el segmento de producción local como en el de importación.

Mercado aceite de oliva	Productores Locales	España e Italia	Otras Importaciones	Tamaño Mercado
2006	634	145	28	807
2007	585	103	118	806
2008	625	124	150	899
2009	821	235	11	1.066
2010	1.003	352	0	1.355
2010/2006	+58,20%	+43,04%	-100,00%	+67,96%

Mercado del aceite de oliva (Tm). Fuente: INDECOPI

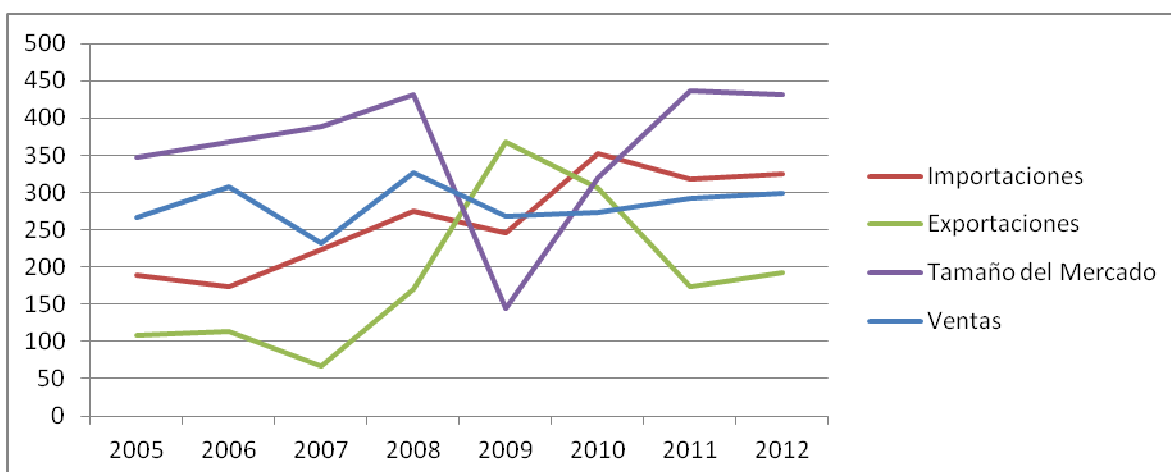
EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN PERÚ



Demanda interna de aceite de oliva (Tm). Fuente: INDECOPI

Según los datos del Ministerio de Agricultura, en 2011 el crecimiento habría continuado (+36% respecto a 2010), sin embargo en 2012 el mercado se habría estancado. Es difícil valorar esta información, dado que parte del dinamismo del mercado se está reflejando en la aparición de nuevos productores que podrían no estar cubierto por la estadística oficial; por otra parte, las importaciones en ese periodo han estado afectadas por un gravamen adicional (derecho compensatorio (ver "Procedimiento sobre derechos compensatorios") que hace que su evolución tampoco sea extrapolable a la del mercado en su conjunto.

El siguiente gráfico recoge los datos oficiales de evolución del mercado 2005-2012, sujeto a las cautelas ya mencionadas.



Evolución del tamaño del mercado del aceite de oliva en Perú (Tm).

Tamaño de mercado= Ventas empresas cubiertas por encuesta- exportaciones+ importaciones

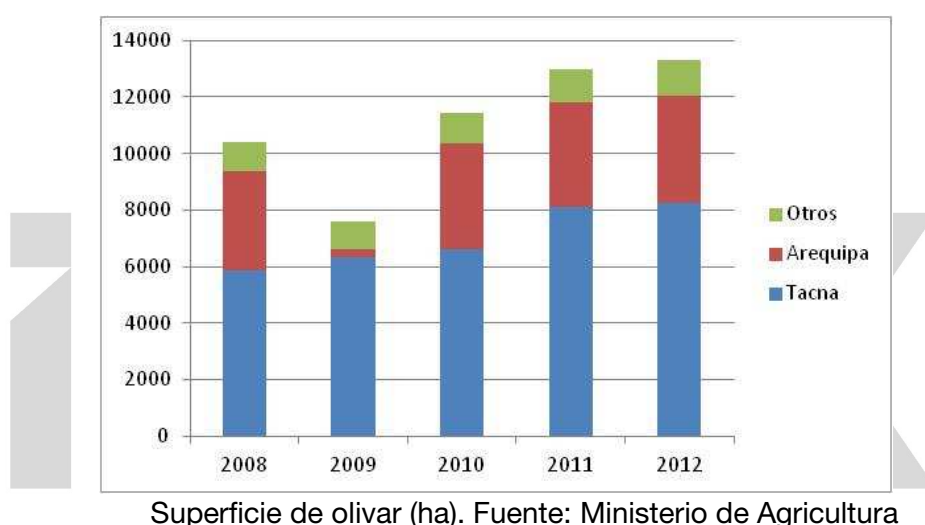
Fuente: Ministerio de Agricultura y Veritrade.

EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN PERÚ

2. PRODUCCIÓN LOCAL

Producción de aceituna

La producción de aceituna se concentra en el Sur del país, mayoritariamente en las regiones de Tacna y Arequipa, y en menor medida Ica, Lima, La Libertad y Moquegua. La superficie cultivada ha ido en aumento en los últimos años (hasta 13.288 ha en 2012), si bien la producción presenta unas fuertes oscilaciones propias de este cultivo. La mayor parte de la producción se dedica a la aceituna en salmuera, principalmente para exportación. La proporción dedicada a aceite de oliva es limitada, y podría estar en el entorno del 10% según algunas estimaciones.



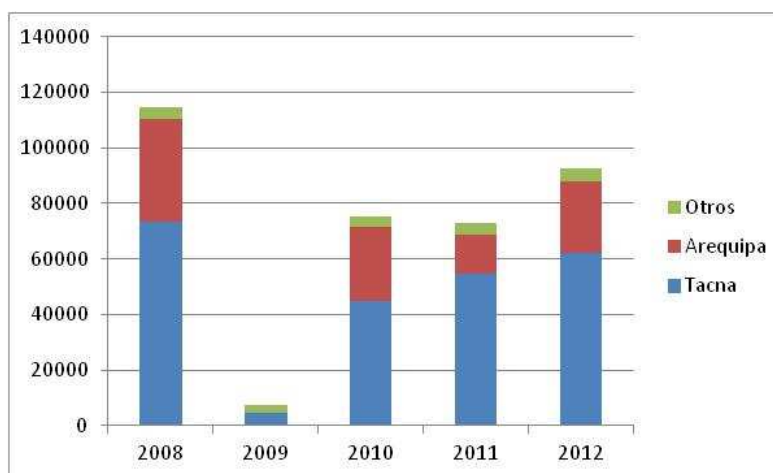
Superficie de olivar (ha). Fuente: Ministerio de Agricultura

Las variedades de aceituna tradicionales del país son Sevillana y Ascolana (consumo directo), y Liguria (aceite). En tiempos recientes se han plantado también variedades españolas y sureuropeas en general como manzanilla, gordal y kalamata para consumo directo, y picual y arbequina para la producción de aceite.

Durante el período analizado se observa una importante fluctuación interanual en la productividad del olivar peruano. Estas variaciones son propias del sector debido al fenómeno del “veceo” o “vecería”, por el que se alternan temporadas de alta y baja productividad en el olivo.

El 2009 fue un año de veceo especialmente negativo para el sector en Perú con una cosecha muy escasa y de baja calidad, tras la extraordinaria cosecha de 2008.

EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN PERÚ



Producción de aceituna (Tm). Fuente: Ministerio de Agricultura

Producción de aceite de oliva

Los principales productores de aceite del país son miembros de la asociación Proolivo (Asociación de Procesadores, Exportadores de Aceitunas, Aceite de Oliva y Derivados del Perú) que se encarga de velar por los intereses de sus asociados en el mercado nacional e internacional.

Los asociados son:

- DESCALS Industrias Alimentarias S.A.C.
- Agroindustrias LOS ANDES S.A.C.
- Agroindustrias INTERNACIONAL S.A.C.
- BIONDI Y CIA DE TACNA S.A.C.
- Agroindustrias GONZALEZ E.I.R.L.
- Agroindustrias CALPORT E.I.R.L.
- Agroindustrias NOBEX S.A.
- Agroindustrias SAN SEBASTIAN S.R.L.
- Agroindustrias del Sur S.A.
- BAUMANN CROSBY S.A.
- Exportaciones MIRSA E.I.R.C.
- TRUFFA CORPORATION S.A.C.
- OLIPERÚ
- Agroindustrias HURZU S.A.C.

Otros productores relevantes no asociados son:

- ACAVILLE S.A.C.

EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN PERÚ

- PRODUCTOS ENCURTIDOS S.A. (Aceite El Olivar)
- RIO MAGDALENA S.A.C. (Aceite Huerto Alamein)
- Agroindustrial LA BOTIJA S.A.C.
- OLIVOS DEL SUR S.A.C.

La calidad del aceite de oliva peruano ha ido en aumento en los últimos años por la modernización de los procesos productivos, pero todavía es de calidad inferior al importado.

Esta mejora ha hecho que el aceite de oliva nacional tenga una importante presencia en los supermercados. Actualmente se observa que aproximadamente la mitad del espacio dedicado en estos establecimientos al aceite de oliva es para aceite de producción nacional.

3. EXPORTACIONES

En 2012, las exportaciones de aceite de oliva peruano son mínimas, de apenas 192 t., habiendo disminuido un 47.8% en el período 2009-2012. Esto podría deberse a un redireccionamiento del aceite a granel, que antes se exportaba y en años recientes parece dedicarse a las pesqueras y conserveras locales.

Exportaciones de aceite de oliva			
Año	Granel	Envasado	Total
2009	354,82	13,29	368,11
2010	225,53	84,61	310,15
2011	138,99	35,50	174,49
2012	163,13	29,10	192,23

Exportaciones de aceite de oliva (Tm). Fuente: Veritrade y elaboración propia

4. IMPORTACIONES

Importaciones en volumen

Las importaciones de aceite de oliva crecieron un 32,52% en el período 2009-2012 habiendo experimentado las importaciones a granel una caída del 77,13% y las de aceite envasado un crecimiento del 159,1%. Desde 2010 las entradas de aceite extranjero se ralentizan debido a la aplicación de derechos compensatorios de en torno a 1€/kg sobre el producto español e italiano (esto es, sobre casi todo el flujo de importación).

Importaciones aceite de oliva	2009	2010	2011	2012	2012/2009
Granel	131,37	96,06	80,70	30,04	-77,13%
Envasado	113,81	256,35	238,08	294,87	+159,10%
TOTAL	245,17	352,41	318,78	324,91	+32,52%

Importaciones de aceite de oliva (Tm). Fuente: Veritrade y elaboración propia

EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN PERÚ

La caída en las cifras de aceite de oliva a granel puede estar relacionada con el aumento del uso del aceite de oliva nacional en las industrias pesqueras y conserveras. Su rápida disminución desde 2010 se debe también a la aplicación de derechos compensatorios sobre los graneles españoles e italianos, que repercuten más que proporcionalmente en este rubro dado su menor precio unitario.

Importaciones en valor

Por su parte, el valor de las importaciones totales de aceite creció un 47,78% en el período 2009-2012. El valor de las importaciones a granel cayó un 85,6% mientras que el de las importaciones envasadas creció un 135,42% en el mismo período.

Importaciones aceite de oliva US\$	2009	2010	2011	2012	2012/2009
Granel	461.892,40	284.507,59	243.734,02	66.531,05	-85,60%
Envasado	628.338,54	1.297.023,25	1.269.258,02	1.479.244,71	+135,42%
TOTAL	1.090.230,98	1.581.530,84	1.512.992,04	1.545.775,76	+41,78%

Importaciones de aceite de oliva (US\$). Fuente: Veritrade y elaboración propia

Importaciones por origen

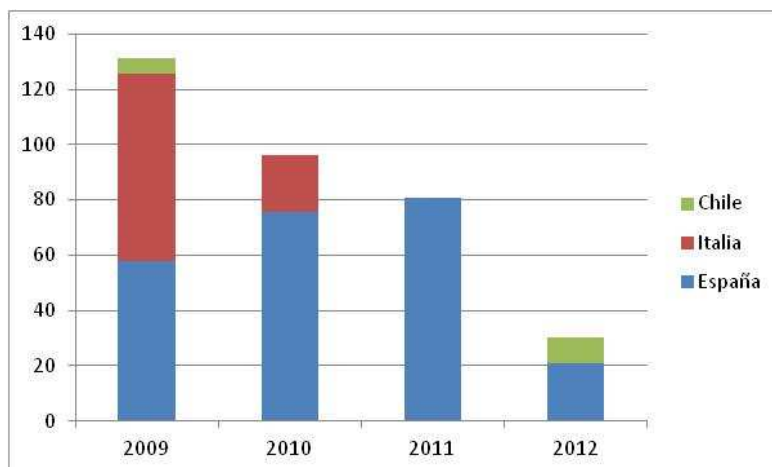
El aceite de oliva español lidera claramente las importaciones, seguido del italiano y otros como el chileno o el tunecino que se están introduciendo en los últimos años.

Origen de importaciones	2009	2010	2011	2012
GRANEL Total	131,37	96,06	80,70	30,04
ESPAÑA	57,60	75,56	80,70	20,94
ITALIA	67,91	20,50	-	-
CHILE	5,86	-	-	9,10
ENVASADO Total	113,40	256,35	238,08	294,88
ESPAÑA	75,95	152,87	158,04	185,73
ITALIA	33,61	97,49	59,96	70,64
TÚNEZ	-	-	15,31	17,34
CHILE	2,51	-	1,72	16,71
OTROS	1,33	5,99	3,05	4,46

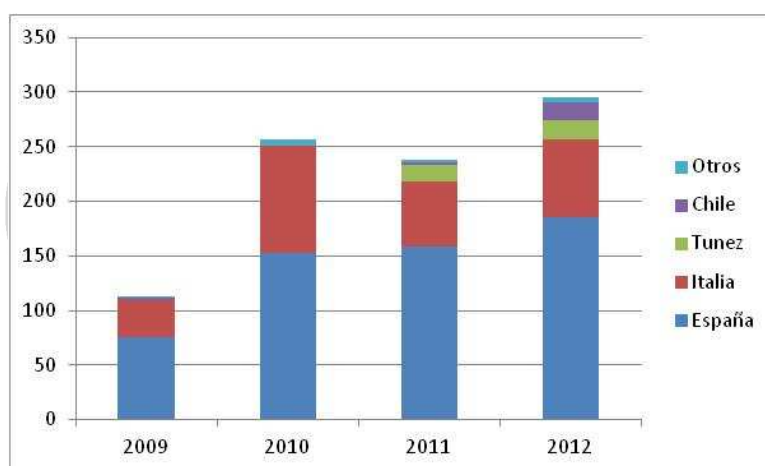
Origen de importaciones aceite oliva (Tm). Fuente: Veritrade y elaboración propia

Los siguientes gráficos muestran la evolución de las importaciones de aceite de oliva en una y otra categoría:

EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN PERÚ



Importaciones de aceite de oliva a granel (Tm). Fuente: Veritrade y elaboración propia



Importaciones de aceite de oliva envasado (Tm). Fuente: Veritrade y elaboración propia

Se observa que el aceite español se ha comportado comparativamente mejor que los de otros países, evolución que cabe atribuir, aparte de a los conocidos factores de calidad, a las buenas cosechas hasta 2012, que han generado unos importantes excedentes y dado lugar a precios muy competitivos en el mercado europeo.

EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN PERÚ

Principales importadores y marcas 2012

Posición	Importador	Marcas	Valor CIF US\$
1	GW Yichang & Cia S.A.	Carbonell (España)	607.491
2	E Wong S.A.	Borges (España), La Española (España), Wong (aceite COOSUR, España), Filippo Berio (Italia)	312.026
3	Adriatica de Importaciones y Exportaciones S.A.	Condi (Italia)	220.231
4	LS Andina S.A.	Borges (España). También aceite Borges con origen chileno.	121.740
5	Hipermercados Tottus S.A.	Hojiblanca (España)	59.489
6	Pesquera Hayduk S.A.	Aceites Toledo (aceite a granel, España).	56.296
7	Pastificio Classico S.A.C.	Coppini (Italia), Ponti (Italia)	28.629
8	KMC International	PAM (aceite en Spray, EE.UU)	27.806
9	Drokasa Licores S.A.	Manolete (España)	23.078
10	Danilza Sociedad Anonima	Olitalia (Italia)	16.330

Carbonell, Borges, La Española y Hojiblanca son las marcas españolas con más presencia mientras que Filippo Berio y Condi son las principales marcas italianas.

Wong además está importando aceite de oliva español (COOSUR), que llega a Perú ya envasada y se comercializa con su propia marca.

Otra particularidad a destacar es que Borges formó una Joint Venture con Agro Noble, un productor de aceite del Norte de Chile, y desde 2012 se está importando aceite marca Borges desde ese país.

III. DEMANDA

1. FACTORES SOCIOECONÓMICOS

En Perú, el aceite de oliva tiene un precio muy elevado en comparación con el de otros aceites vegetales, y su consumo está limitado a las clases sociales altas y medias-altas (clases A y B).

La distribución de la población en áreas urbanas por Niveles Sociales en 2013 es la siguiente:

	Perú urbano	Lima Metropolitana
A+B	13,90%	22,20%
C	29,70%	37,70%
D	33,00%	30,90%
E	23,40%	9,20%

Fuente: APEIM (Asociación Peruana de Empresas de Investigación de Mercados)

Por tanto, se observa que los consumidores habituales potenciales (clases A y B) representan apenas el 13,9% de la población urbana total del Perú y el 22,2% de la Lima Metropolitana.

2. HÁBITOS DE CONSUMO

En la tradición culinaria y gastronómica peruana el aceite de oliva es poco relevante. Sin embargo, en los últimos años el aceite de oliva se está incorporando gradualmente a la dieta habitual de sus consumidores peruanos (siempre teniendo en cuenta que la población que puede acceder a él es minoritaria). Se empieza a percibir como el aceite vegetal más sano, la información sobre sus propiedades está cada vez más extendida e incluso empieza a ser prescrito por endocrinos y nutricionistas; de hecho, se dispensa también en farmacias para afecciones de garganta y dermatológicas. En esta línea también están comenzando a estar presentes marcas de aceite de oliva orgánico de pequeños productores.

3. FACTORES LEGISLATIVOS

Los factores legislativos que influyen en la demanda son, por una parte la Norma Técnica Peruana (NTP N° 209.013.2008), algo más laxa en que la europea, que hace que la calidad mínima que deba tener el aceite nacional sea inferior. No es una norma de obligatorio cumplimiento, sino que tiene un carácter normalizador.

Por otra parte, hasta fechas recientes han existido unos derechos compensatorios contra el aceite importado de España e Italia, que influían directamente en los precios al consumidor. Esto será tratado más adelante en la sección “Condiciones de Acceso al Mercado”.

ICEEX

IV. PRECIOS Y SU FORMACIÓN

1. PRECIOS DE IMPORTACIÓN (VALORES CIF)

El valor CIF/Kg de las importaciones de aceite de oliva presenta una tendencia decreciente en los últimos años, presentando en el período 2009/2012 un caída del 37,01% el aceite a granel, un 9,21% el envasado virgen y un 7,34% el envasado de la partida “refinado y fracciones” (mezcla de virgen y refinado). Una evolución lógica teniendo en cuenta que han sido años de buenas cosechas (y bajos precios) en los principales productores mundiales de aceite, que lógicamente se trasladan a los precios internos de países abiertos al comercio internacional como Perú.

El aceite de oliva tiene arancel cero, pero debe tenerse en cuenta la incidencia de los derechos compensatorios sobre el aceite italiano y español durante estos años (la mayor parte de las importaciones): 1,05€/kg para el italiano y 0,95€/kg para el español. Esto supone un gravamen adicional en aduana de entre el 20 y el 40%.

Se debe puntualizar que el precio del aceite a granel en 2011 y 2012 puede no resultar representativo, ya que en estos años las operaciones registradas son muy escasas.

Precio medio/Kg	2009	2010	2011	2012	2012/2009
Granel	3,52	2,96	3,02	2,21	-37,01%
Envasado					
Virgen	5,73	5,23	5,55	5,20	-9,21%
Refinado y fracciones	5,02	4,80	5,01	4,65	-7,34%

Precio medio de importación por Kg de aceite (valores CIF en US\$). Fuente: Veritrade y elaboración propia

EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN PERÚ

2. SEGMENTACIÓN DE ACEITE ENVASADO (VALORES CIF)

Las importaciones de aceite de oliva envasado tienen, en 2012, un rango de valores muy amplio (entre 0.3 y 52 US\$/Kg). Para entender mejor la dinámica de las importaciones, su valor se ha distribuido por deciles y obtenido el precio medio de cada uno de ellos.

Se observa que el 80% de la cantidad importada tiene un precio medio entre los 3.78US\$/Kg y 5.99 US\$/Kg. Es en esta franja donde se engloban los principales importadores que ya se indicaron.

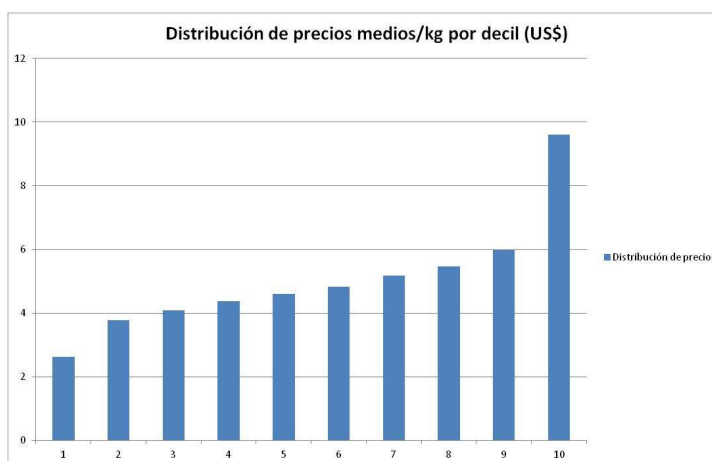
El primer decil, de precio medio 2.63US\$/Kg, tiene como importadores instituciones religiosas y Wong, que como ya se dijo importa aceite español con su propia marca.

En el último decil, de precio medio 9.61US\$/Kg, están los principales importadores con aceites gourmet más algunos importadores posicionados en productos de alta gama. Entre ellos, el más importante es Premium Brands.

Precio medio/kg en 2012	
Decil	Precio medio/kg
1	2,63
2	3,78
3	4,08
4	4,37
5	4,61
6	4,83
7	5,17
8	5,46
9	5,99
10	9,61

Precio medio por Kg. por deciles (valores CIF en US\$)

Fuente: Veritrade y elaboración propia



Precio medio por Kg. por deciles (valores CIF en US\$)

Fuente: Veritrade y elaboración propia

EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN PERÚ

3. PRECIOS DE VENTA AL CONSUMIDOR DE ACEITE ENVASADO

Se ha realizado un “store check” en los principales autoservicios: Wong, Vivanda, Metro y Tottus obteniendo los siguientes resultados en los formatos más frecuentes:

	Formatos	España	Italia	Perú	Argentina	Chile
Virgen Extra	1l	42,46	42,75	32,94	-	-
	500ml	24,18	22,75	23,66	17,05	-
	250ml	16,20	18,07	14,28	22,99	15,19
Virgen	1l	-	-	33,87	-	-
	500ml	-	-	19,36	-	-
	250ml	-	-	-	-	-
Puro (mezcla de virgen y refinado)	1l	37,23	36,49	29,33	-	-
	500ml	21,17	17,59	18,58	-	-
	250ml	10,68	9,99	-	-	-

Precios medios en los principales autoservicios (Nuevos Soles, 19-05-2013).

Tipo de cambio 3,45 Eur/Sol. Fuente: Elaboración propia

Se observa que los precios son elevados, tanto en el segmento del aceite virgen extra (13€/l) como especialmente en los aceites de calidades inferiores (el refinado o “puro” se vende a unos 11-12€/l). El aceite de marca italiana suele tener un precio algo superior que el español, que a su vez es apreciablemente más caro que el peruano. Las marcas chilenas, argentinas y estadounidenses son minoritarias.

Las marcas presentes en los autoservicios visitados son las siguientes:

ESPAÑOLAS	ITALIANAS	PERUANAS	ARGENTINAS	CHILENAS	EE.UU
CARBONELL	DENTAMARO	ACAVILLE	EL VIEJO OLIVO	DELEYDA	PAM (Spray)
HOJIBLANCA	FILIPPO BERIO	EL OLIVAR	BIOLIVE (orgánico)	GETSEMANI	
LA ESPAÑOLA	LUGLIO	HUERTO ALAMEIN			
SOMONTANO	SAGGIO	LA BOTIJA			
WONG (Coosur)	MONINI	METRO			
BORGES (producto español y chileno)		OLIVOS DEL SUR			
		TOTTUS			
		DEL PRADO (orgánico)			
		VIVANDA			
		CALÉ			
		ZUMAQ (orgánico)			
		METRO			
		VALLE FERTIL			
		BELLS			
		MONTEFIORI			
	MARCAHUASI				

4. FORMACIÓN DE PRECIOS

El mercado peruano trabaja con unos márgenes elevados, sobre todo en el segmento de importación. Como se ha visto, el aceite virgen extra entra a unos 5€/l y se vende a 13€, de los que solamente unos 3€ corresponden al impuesto sobre ventas (IGV al 18%). Según la información disponible los mayoristas (en la mayoría de ocasiones el propio importador) venden con un margen comercial de aproximadamente un 30% respecto al precio de importación y el retail con un 35%-40% respecto al precio del mayorista. De manera muy reciente, se observan algunas buenas ofertas de aceite de oliva español por parte de algún supermercado específico, sin que esté claro por el momento hasta qué punto esto es parte de una tendencia permanente.

ICEEX

V ■ PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL

El aceite de oliva español es percibido como de muy buena calidad, únicamente superado por el aceite con marca italiana. Hasta hace unos años, España e Italia dominaban la oferta de aceite envasado por la baja calidad de la producción del aceite peruano. Sin embargo, actualmente se está modernizando la agroindustria peruana, mejorando sus procesos productivos y sus marcas comienzan a competir ya con las extranjeras en los puntos de venta, aunque todavía existe una notable diferencia entre la calidad promedio de la producción peruana e hispano-italiana en los supermercados.

VI. DISTRIBUCIÓN

1. CANALES DE DISTRIBUCIÓN

El canal de distribución del aceite de oliva en Perú es un canal corto y estrecho.

Es un canal corto porque existen pocos intermediarios entre el importador y el retailer o vendedor directo al consumidor final. En la mayoría de los casos, el propio importador es a la vez distribuidor y representante de las marcas de aceite que importa.

Las cadenas de autoservicios importan también directamente el aceite (a veces, con su propia marca como ya se dijo), representando un 24,6% del total de importaciones en 2012, lo que acorta el canal aún más.

Es un canal estrecho puesto que el tipo de establecimientos que ofrecen el producto es limitado:

- Autoservicios: incluye grandes distribuidores como supermercados e hipermercados. Este sistema de distribución es relativamente nuevo en Perú, pero debido al crecimiento de la clase media y media-alta, ha cobrado gran importancia en los últimos años. Los autoservicios ofrecen una amplia gama de aceites nacionales e importados y dedican en general un espacio de un tamaño similar al aceite de oliva que al resto de aceites vegetales en su conjunto. Es frecuente la realización de promociones con personal dedicado, sobre todo de aceite local. Este canal concentra la inmensa mayoría de las ventas de aceite importado envasado en el país.
- Bodegas: son pequeños establecimientos que ofrecen gran variedad de productos de necesidad inmediata. La oferta de aceite de oliva en estos establecimientos está básicamente restringido a las bodegas de gama alta, muy minoritarias, si bien se puede encontrar también ocasionalmente aceite local en bodegas de carácter más popular.
- Canal HORECA. La hostelería, restauración y catering representa en torno a un 20% de las ventas, según los distribuidores.
- También existen venta en farmacias, como se indicó, si bien parece ser de carácter marginal y centrado en aceite locales.

2. ESQUEMA DE LA DISTRIBUCIÓN

De las 40 empresas que importaron aceite de oliva en 2012, las 5 primeras suponen el 85% del total de importaciones por lo que están bastante concentradas. Tanto ellas como los importadores menos relevantes comercializan marcas de aceite en exclusiva en su mayoría.

No hay datos fiables sobre el peso de los diferentes puntos de venta en el mercado aunque las fuentes consultadas indican que en torno a un 80% del aceite envasado se comercializa en autoservicios y bodegas mientras que el resto se distribuye al canal HORECA.

ICEEX

VII. CONDICIONES DE ACCESO AL MERCADO

1. REGISTRO SANITARIO

El importador peruano debe obtener de DIGESA el **Registro Sanitario de Alimentos y Bebidas de Consumo Humano** para comercializar el aceite de oliva importado.

Los trámites para su obtención se deben realizar ante la Ventanilla Única de Comercio Exterior (VUCE). www.vuce.gob.pe.

La documentación a aportar para solicitarlo es:

- Solicitud Única de Comercio Exterior - SUCE www.vuce.gob.pe
- Resultados de los análisis físico, químico y microbiológico del producto terminado, confirmando Su aptitud de acuerdo a la normatividad sanitaria vigente, otorgado por un laboratorio acreditado o del laboratorio del control de calidad de la fábrica.
- Certificado de Libre Comercialización o similar o Certificado Sanitario emitido por la Autoridad Competente del país de origen, en original o copia refrendada por el consulado respectivo.
- Información que contendrá el rotulado o etiquetado.
- Análisis bromatológico practicado por laboratorio acreditado por INDECOPI para los Alimentos y Bebidas de regímenes especiales, los mismos que deberán señalar sus propiedades nutricionales.
- Comprobante de Pago de Derecho de Trámite.

El procedimiento se puede consultar en:

<http://www.digesa.sld.pe/expedientes/detalles.aspx?id=28>

2. GRAVÁMENES APLICABLES

Los derechos arancelarios ad valorem son del 0% para las partidas arancelarias que nos ocupan. Los derechos compensatorios que existían (0,95€/kg para España, 1,04€/kg para Italia –ver apartado siguiente) han sido finalmente revocados en marzo de 2013, con lo que a

EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN PERÚ

efectos aduaneros existe plena igualdad de trato entre la producción local y la importada. El Impuesto General a las Ventas es del 18%.

Gravámenes vigentes	Valor
Ad Valorem	0%
Impuesto General a las Ventas	18%

Fuentes: SUNAT e INDECOPI

3. PROCEDIMIENTO SOBRE DERECHOS COMPENSATORIOS

En 2002 los productores peruanos Huerto Alamein y Agroindustrias del Sur solicitaron la apertura de una investigación sobre las subvenciones de la Unión Europea a la producción de aceite de oliva, resultando en la aplicación de unos derechos compensatorios de 1,07€/Kg al aceite proveniente de la UE.

Los derechos fueron suprimidos en 2008, cumpliendo el período máximo de aplicación permitido (cinco años). Ese mismo año, una Asociación de Productores locales solicitó de nuevo una investigación, alegando que los subsidios europeos estaban causando daño a la industria peruana. El organismo público INDECOPI atendió dicha solicitud abriendo un nuevo procedimiento contra las importaciones de aceite español e italiano, que desembocó en noviembre de 2010 en la imposición de medidas compensatorias de 0,95 €/kg a las importaciones españolas y 1,05 €/kg a las importaciones italianas.

Esta decisión fue inmediatamente recurrida, de forma conjunta, por la Comisión Europea, España e Italia, ante la Sala de Defensa de la Competencia de INDECOPI. Tras un largo proceso, la Sala resolvió en marzo de 2013, que no había fundamento legal para tales derechos, puesto que no existía daño para la industria local. Por tanto, los derechos han sido revocados y el aceite italiano y español se importa en igualdad de condiciones con los de otros países; debido al arancel cero, también compete en condiciones de equidad con el aceite local.

VIII. PERSPECTIVAS

1. PERSPECTIVAS DE DEMANDA

Por todo lo visto en el estudio, se puede concluir que las perspectivas de crecimiento de la demanda de aceite envasado son favorables, en la medida que la clase media y media-alta continúe creciendo en el país, siguiendo la tendencia de los últimos años. Cabe esperar que la demanda de producto nacional e importado sigan evolucionando a ritmo aproximadamente parejo.

Más incierto es lo que pueda suceder en el segmento de aceite a granel, más sensible a precio, donde la evolución de las cosechas en Europa y la retirada de los derechos antisubvención podrían ser factores determinantes.

2. PERSPECTIVAS EN LA OFERTA

Aunque la producción de aceite nacional es irregular (algo característico en el sector), se observa un crecimiento continuado en la superficie cultivada de olivar en el Perú, que repercutirá durante los próximos años (una vez los olivos maduren). Es de esperar que la tendencia continúe, si bien el grueso de la producción se destinará previsiblemente a consumo directo como hasta ahora (la aceituna de mesa es también un producto de precio alto en Perú).

La apertura del mercado local al comercio exterior tiende a asegurar que los precios seguirán aproximadamente los del mercado internacional, marcado por las cosechas de los principales productores (señaladamente España).

IX. OPORTUNIDADES

El aceite de oliva español está consolidado en el mercado peruano con sus principales marcas y es percibido como de muy buena calidad. Sin embargo, las oportunidades para nuevos entrantes a través de los canales tradicionales son hoy por hoy limitadas, dado que los grandes distribuidores suelen trabajar en condiciones de cuasi-exclusividad con las marcas que ya manejan. Las oportunidades que pueden existir se centran en canales de distribución distintos, como los importadores de gama alta. Alternativamente, los altos márgenes existentes en el mercado pueden hacer viables estrategias con componente inversor, como la venta con establecimientos propios o la venta por internet.

Por otra parte, en términos de precio la retirada de los derechos compensatorios ha eliminado la desventaja competitiva que tenían los aceites español e italiano, permitiéndoles competir en pie de igualdad con la producción local.

X. INFORMACIÓN PRÁCTICA

1. FERIAS

EXPOALIMENTARIA

La feria EXPOALIMENTARIA cuenta con el apoyo del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo y del Ministerio de Relaciones Exteriores de Perú. La organización corre a cargo de la Asociación de Exportadores (ADEX).

A este evento acuden los principales productores de productos agrícolas y pesqueros así como con las empresas especializadas en la producción de alimentos y bebidas de Perú para conocer su oferta exportable.

<http://www.expoalimentariaperu.com/>

2. PUBLICACIONES DEL SECTOR

LA REVISTA AGRARIA

Es publicada por el Centro Peruano de Estudios Sociales (CEPES), institución privada sin fines de lucro, especializada en temas que atañen al desarrollo agrícola y rural. Incluye las noticias de actualidad en el sector y las normativas que van entrando en vigor.

<http://www.larevistaagraria.org/>

3. ASOCIACIONES

PROOLIVO

Es una asociación representativa del olivícola peruano formada por industrializadores y exportaciones de aceitunas y aceite de oliva. En ella están presentes los principales productores.

<http://proolivo.com/>

4. OTRAS DIRECCIONES DE INTERÉS

Productores peruanos

- Acaville. <http://www.acaville.com.pe/>
- Productos Encurtidos S.A. (Aceite El Olivar). <http://www.elolivar.com.pe/>
- Río Magdalena S.A.C. (Aceite Huerto Alamein). <http://huertoalamein.com/>
- Olivos del Sur S.A.C. <http://www.olivosdelsur.com/>
- Agroindustrias San Sebastián. <http://www.sansebastian.com.pe/empresa.html>
- Agroindustrias Nobex. <http://www.agronobex.com/php/cale.php>
- Agroindustrias Calport. <http://www.calport.com.pe/>
- Descals Industrias Agroalimentarias. <http://www.deinalsac.com/>

Distribuidores peruanos

- GW Yichang & CIA S.A. <http://www.yichang.com.pe/>
- Adriatica de Importaciones y Exportaciones. (ADRIMPEX). <http://www.adrimperu.com/home.html>
- LS Andina. <http://www.lsandina.com.pe/>
- Drokasa Licores S.A. <http://www.dklicores.com.pe/>
- Danilza S.A. <http://www.danilza.com.pe/>
- KMC International S.A.C. <http://www.kmcint.com/>
- Distribuciones Andinas Ilimitadas. <http://www.disanisacperu.com/>
- Premium Brands S.A.C. www.premiumbrandspe.com/

Autoservicios que importan directamente

- E Wong S.A. <http://www.ewongbusiness.com/>
- Hipermercados Tottus S.A. <http://www.tottus.com.pe/>
- Supermercados Peruanos S.A. <http://www.supermercadosperuanos.com.pe/>
- Pastificio Classico S.A.C. (tienda gourmet). <http://www.ilpastificio.com/>

XI. FUENTES

Fuentes secundarias

- Ministerio de Agricultura. <http://www.minag.gob.pe/portal/>
- Veritrade. <http://www.veritrade.info/Veritrade/index.html>
- Asociación de exportadores. ADEX. <http://www.adexperu.org.pe/>
- Páginas Amarillas del Perú. <http://www.paginasamarillas.com.pe/>
- INDECOPI. Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y Protección de la Propiedad Intelectual. <http://www.indecopi.gob.pe>
- SUNAT. Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria. <http://www.sunat.gob.pe/>
- APEIM. Asociación Peruana de Empresas de Investigación de Mercados. <http://www.apeim.com.pe/>
- Informe final sobre el procedimiento de investigación por prácticas de subvenciones en las exportaciones al Perú de aceite de oliva originario del Reino de España y la República Italiana (Expediente N°166-2008-CDS). http://www.indecopi.gob.pe/RepositorioAPS/0/5/par/INF_056_2010_CFD/Inf056%20%20Informe%20Final%20oliva.pdf
- Resolución N°0209-2013/SDC-INDECOPI de revocación de derechos compensatorios del aceite de oliva originario de España e Italia. http://www.aempresarial.com/web/solicitud_nl.php?id=169602

Fuentes primarias

- Store Check en Vivanda, Tottus, Wong y Metro.
- Conversaciones con distribuidores locales.