

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Johannesburgo.

El mercado del aceite de oliva en Sudáfrica.

El mercado de aceite de oliva en Sudáfrica.

Esta nota ha sido elaborada por Virginia Arenas bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Johannesburgo

Agosto 2010

ÍNDICE

CONCLUSIONES	4
I. DEFINICION DEL SECTOR	6
1. Delimitación del sector	6
II. OFERTA	8
1. Producción local	8
2. Importaciones	9
Fuente: Aduanas sudafricanas.	10
3. tamaño del mercado	14
III. ANÁLISIS CUALITATIVO DE LA DEMANDA	16
IV. PRECIOS Y SU FORMACIÓN	18
V. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL	22
VI. DISTRIBUCIÓN	23
VII. CONDICIONES DE ACCESO AL MERCADO	25
VIII. ANEXOS	27
1. Ferias	27
2. Publicaciones del sector	29
3. Asociaciones	30
4. Otras direcciones de interés	32

CONCLUSIONES

El mercado sudafricano del aceite de oliva, es aún pequeño, ya que se utilizan otros aceites vegetales (de girasol, maíz, nuez molida) más baratos para cocinar. El aceite de oliva es consumido principalmente por los grupos de población de origen italiano, portugués, griego o español, así como los sudafricanos más concienciados con la alimentación sana. El alto precio del aceite de oliva es un factor disuasorio importante para el consumo en mayor escala. Sin embargo la tendencia hacia el consumo de aceite de oliva es creciente.

En los últimos cuatro años, la producción local ha experimentado un crecimiento del 250%. Su tamaño sigue siendo reducido, las estimaciones indican que en el último año se obtuvieron 7.000 toneladas de aceite de oliva. El consumo durante este periodo creció ligeramente situándose en torno a los 0.8litros per capita anuales.

Prácticamente todos los distribuidores y las grandes cadenas de distribución cuentan con una variada gama de aceites de oliva en sus establecimientos orientados a la clase media. Pero la presencia de aceite de oliva es escasa aún en zonas de clase baja y rural donde se concentra la mayoría de la población. Los aceites de mayor consumo son los de girasol y maíz. El de oliva se percibe como producto de lujo destinado para el aliño de ensaladas o platos muy determinados.

Existen varios productores locales que han destacado con una producción de calidad. Entre ellos merece la pena mencionar, Willow Creek, Vesuvio y Morgenster. Sin embargo, la producción es limitada y se ha enfocado a un segmento de alta calidad y precio. Algunos de ellos se han orientado hacia la demanda creciente de mezclas de aceite de oliva con limón, trufa y otros. Es un nicho de mercado que ha crecido en los últimos años.

Existen algunas marcas españolas bien introducidas, en especial BORGES que ha realizado una labor de promoción constante desde su entrada en el mercado. Otras marcas conocidas en España como LA Española, Arteoliva, Ybarra, a pesar de haber llegado hace un tiempo, no han conseguido implantarse con tanto éxito.

En cuanto a las importaciones, el 80% del total de aceite es importado principalmente procedente de Italia y España, la tendencia actual es a priorizar la producción local frente a las importaciones.

EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN SUDÁFRICA.

A la hora de exportar una nueva marca de aceite español a Sudáfrica, los importadores y distribuidores del país aconsejan que en la gama de productos que se ofrezca no se incluya tan solo aceites virgen extra de calidad superior, tendencia muy habitual entre los exportadores españoles. Este nicho de mercado está muy saturado y creen más conveniente que se ofrezca un aceite de oliva de una calidad un tanto inferior pero competitiva en precio. La demanda de este tipo de aceite es mucho más elevada. No se debe olvidar que pese a que cada vez más el consumidor sudafricano es consciente de los beneficios que aporta cocinar con aceite de oliva, el precio es un factor muy importante para ellos.

The image shows the logo for ICEX, which consists of the letters 'ICEX' in a bold, sans-serif font. The logo is centered within a large, light gray rectangular frame that has a double-line border.

1. DEFINICION DEL SECTOR

1. DELIMITACIÓN DEL SECTOR

La presente nota sectorial se refiere al aceite de oliva en sus diferentes variedades aptas para el consumo humano: aceite de oliva virgen, aceite de oliva y al resto de aceites y sus fracciones obtenidos exclusivamente de la aceituna.

EL término “virgen” indica que el aceite se ha obtenido del fruto del olivo por procedimientos mecánicos y no ha recibido tratamiento posterior. El aceite se llama **aceite de oliva virgen** cuando tiene una acidez menor a 2°. Si la acidez es menor a 1° se clasifica como aceite de **oliva virgen extra**. Si por el contrario, el grado de acidez es demasiado alto (igual o superior a 3grados) se denomina **aceite virgen lampante**, que no es apto para el consumo humano.

La clasificación arancelara de los productos objeto de este estudio está basada en la del Arancel Integrado de Aplicación a la Unión Europea (TARIC).

El aceite de oliva se registra bajo las partidas arancelarias 15.09 y 15.10:

Tabla 1: Definición de la partida arancelaria 1509

1509.	Aceite de oliva y sus fracciones, incluso refinado, pero sin modificar químicamente.
1509.10	-Virgen
1509.10.10.00	--Aceite de oliva virgen lampante
1509.10.90.00	--Los demás.
1509.90.00.00	-Los demás.

EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN SUDÁFRICA.

Tabla 2: Definición de la partida arancelaria 1510

15.10	Los demás aceites y sus fracciones obtenidas exclusivamente de la aceituna, incluso refinados, pero sin modificar químicamente y mezclas de estos aceites o fracciones con los aceites o fracciones de la partida 1509
1510.00.10.00	- Aceite en bruto
1510.00.90.00	- Los demás.

Se estudiarán con atención las partidas arancelarias

1509.10.90.00 Todos los aceites de oliva virgen, excepto el lampante

1509.90.00.00 Los demás aceites de oliva no vírgenes.

El arancel sudafricano coincide con el español solo en los seis primeros dígitos, lo que hace que la definición de las partidas arancelarias sea menos específica y se incluya bajo una misma nomenclatura el aceite de oliva lampante y el resto de aceites de oliva, así como el aceite en bruto y los demás.

Para salvar este problema e identificar exactamente el tipo de aceite que se consume en Sudáfrica, a la hora de estudiar las importaciones sudafricanas de aceite de oliva se revisarán los datos ofrecidos por el país y los datos europeos sobre exportación, son estos países sus principales socios comerciales.

Tabla 3: Definición de la partida arancelaria sudafricana 1509

15.09.	Olive oil and its fractions, whether or not refined, but not chemically modified:
15.09.10	Virgin
15.09.90	Other

Tabla 4: Definición de la partida arancelaria sudafricana 1510

15.10.00	Other oils and their fractions, obtained solely from olives, whether or not refined, but not chemically modified, including blends of these oils or fractions with oils or fractions of heading number 15.09
-----------------	--

II. OFERTA

1. PRODUCCIÓN LOCAL

La producción de aceite de olivan en el país ha crecido de forma espectacular en los últimos años. La asociación de productores (SA Olive) refleja en sus estadísticas un aumento del 250% en los últimos cuatro años. En 2000 la producción fue de alrededor 2.000 toneladas de aceite y en 2009 de 7.000 toneladas. Estos datos siguen siendo marginales si tenemos en cuenta que la producción mundial en 2009 fue de 3 millones de toneladas.

La producción se concentra en la región del Cabo Occidental y más concretamente en el valle de Paarl, donde se estima que existen aproximadamente 4.000 hectáreas de olivos. En esta zona se encuentra el 90% de la totalidad, alrededor de 450.000 toneladas?. Del total de aceitunas que se colectan cada año en Sudáfrica, el 60% es destinado a la elaboración de aceite.

La industria cuenta con más de 300 productores, el 10% de éstos producen el 90% del total del aceite producido. Se trata de un mercado atractivo con un ritmo de crecimiento elevado. Si nos basamos en el número de olivos que son plantados cada año, esta industria está creciendo a un ritmo de un 20% anual. Además en los últimos años se observa una nueva tendencia entre los viticultores, estos han comenzado a cultivar en sus terrenos no únicamente vides sino también olivos. Han visto en la producción de aceite de oliva una forma de diversificar su producción y de entrar en un mercado creciente.

Por otro lado gracias a la creación hace cinco años de la asociación “ African Olive industry Association”, fundada por productores de aceite y aceitunas, agricultores y vendedores de olivos, se han estandarizado las calidades, se ha promocionado el producto y cada vez más los productores están interesados en ofrecer un aceite virgen extra de calidad. Actualmente la mayoría del aceite producido localmente es aceite virgen extra con menos del 0.8% de ácidos grasos.

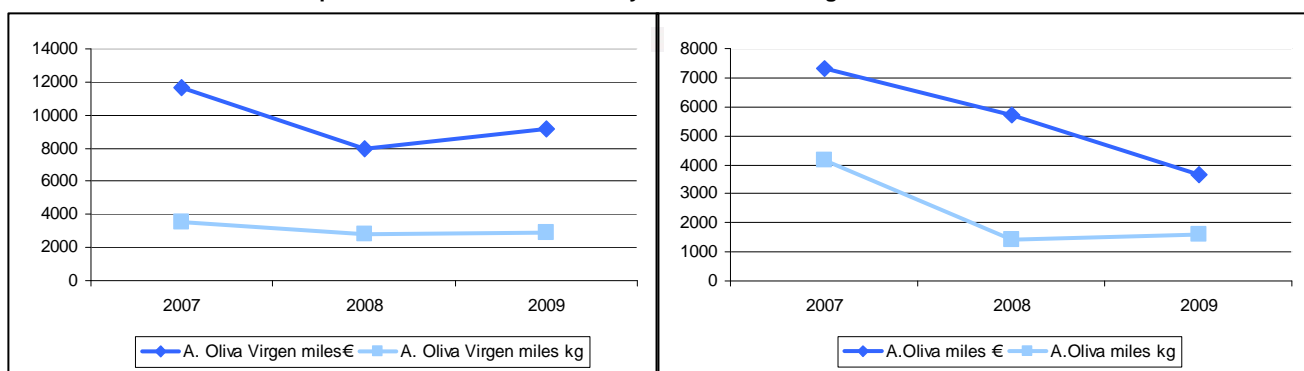
Ha sido imposible obtener cifras más detalladas sobre la producción local de este producto, pese haber contactado con la asociación anteriormente mencionada, con el ministerio de agricultura sudafricano así como con el responsable de la publicación de estadísticas de este país.

2. IMPORTACIONES

La producción local no cubre la demanda del país. Según datos obtenidos por la asociación SA Olive desde el 2004 se ha producido un aumento del 40% en las importaciones totales de aceite de oliva. En un artículo publicado en el periódico Business Day en Agosto 2010, se estimaba que entre el 75% y el 80% del aceite consumido era importado. Aunque la tendencia es a que esta cifra decrezca.

A continuación se muestra una gráfica sobre la evolución que han seguido las importaciones de aceite de oliva en los últimos años tanto en unidades monetarias como en peso.

Tabla 5: Evolución de las importaciones de aceite de oliva y aceite de oliva virgen. Unidad: miles de euros.



Fuente: Aduanas sudafricanas.

La comparativa de la evolución de las importaciones de estos dos tipos de aceite nos permite ver a primera vista, como las importaciones de aceite de oliva virgen son superiores a las de aceite de oliva, tanto en precio como en cantidad.

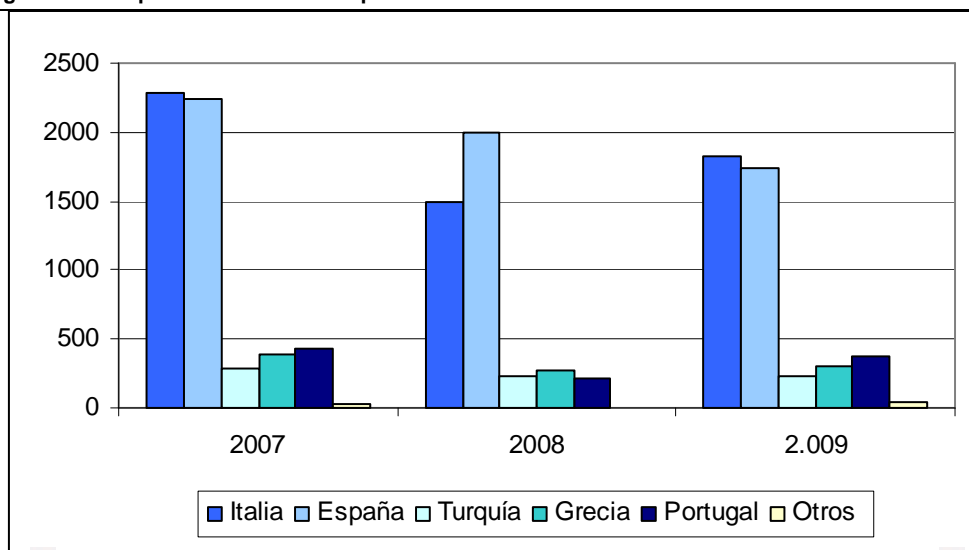
En el año 2007 se alcanzó el pico más alto: para el caso del aceite de oliva virgen se importó 11.675.000 euros y en el caso del aceite de oliva 7.335.000 euros.

Desde esa fecha las importaciones de aceite de oliva han seguido una tendencia decreciente en tan solo dos años han disminuido un 50%. En el caso del aceite de oliva virgen, disminuyeron un 34% en el 2008, pero en este último ejercicio han conseguido recuperarse y han aumentado un 17%.

Respecto al precio medio de importación, el aceite de oliva virgen se sitúa alrededor de los 3 euros el kilo. El precio del aceite de oliva ha variado mucho en los últimos años. Así en 2007 se situó alrededor de los 1.8 euros el kilogramo, en cambio en el 2008 este se situó cerca de los 3.8 euros, cantidad superior incluso al precio medio del aceite de oliva virgen. En este último año el precio medio ha vuelto a su situación normal, alrededor de los 2 euros.

EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN SUDÁFRICA.

Tabla 6: Origen de las importaciones de todo tipo de aceite de oliva. Unidad: Miles de euros.



Fuente: Aduanas sudafricanas.

En cuanto al origen de las importaciones, el mercado está dominado por las marcas italianas y españolas, que obtuvieron una cuota combinada de 80% en el año 2009. España consiguió ser el principal socio comercial de Sudáfrica, pero en el 2009 las importaciones italianas aumentaron un 20% y las españolas disminuyeron un 12%. El resto de países europeos exportan cantidades marginales.

Las tablas a continuación permiten ver la evolución que han seguido por un lado las importaciones de aceite de oliva virgen y por otro las de aceite de oliva en los últimos años.

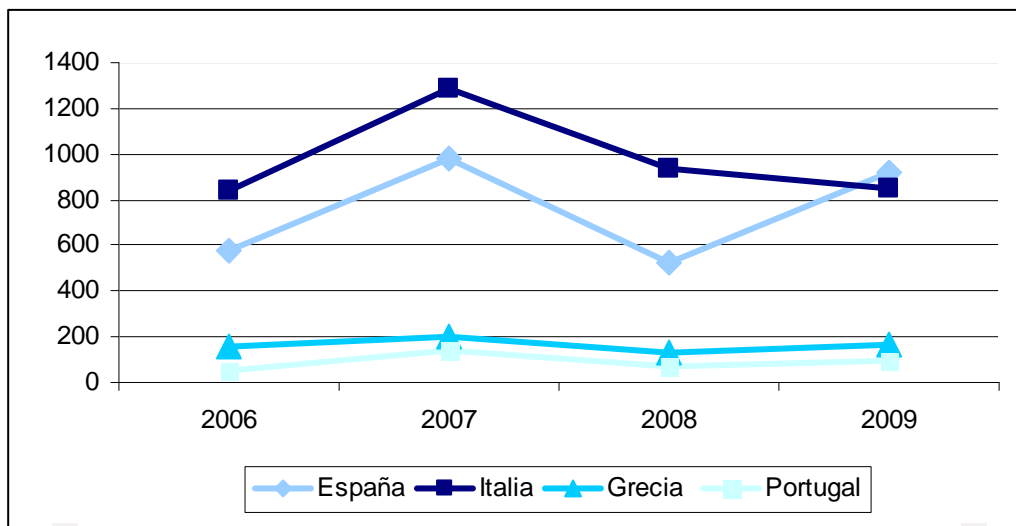
Tabla 7: Importaciones sudafricanas p. arancelaria 150910.

Procedencia	150910 Cantidad (100 kg)				Valor (1.000 euros)			
	2007	2008	2009	Cuota 09	2007	2008	2009	Cuota 09
Italia	1704	1138	1.378	47%	5.728	3941	4.148	45%
España	1105	1138	1.008	34%	3.707	2.435	3.225	35%
Turquía	288	237	223	8%	830	751	806	9%
Grecia	226	189	184	6%	745	560	588	6%
Portugal	173	83	106	4%	495	224	336	4%
Otros	20	2	24	1%	170	28	77	1%
Total	3.516	2.787	2.923	1	11.675	7.939	9.180	1

Fuente: Aduanas sudafricanas.

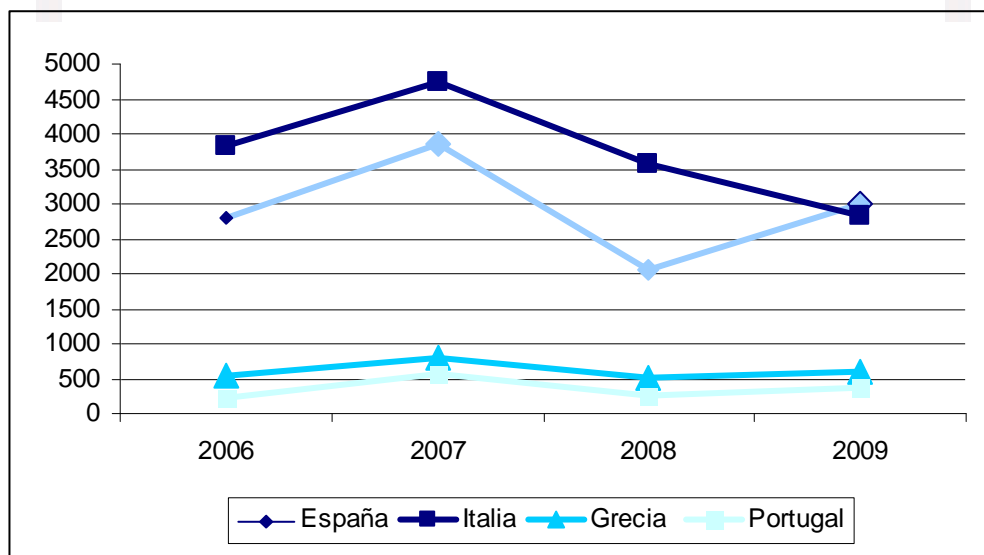
EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN SUDÁFRICA.

Tabla 8: Exportaciones de aceite de oliva virgen en peso a Sudáfrica de sus principales socios comerciales europeos.
Unidad: Cantidad 100kg.



Fuente: Eurostatcom.

Tabla 9: Exportaciones de aceite de oliva virgen en valor a Sudáfrica de sus principales socios comerciales europeos.
Unidad: Valor 1.000 euros



Fuente: Eurostatcom.

EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN SUDÁFRICA.

Las dos gráficas anteriores muestran el pico que se alcanzó en el año 2007. Todos los países experimentaron niveles de exportación que no han vuelto a obtener desde esa fecha.

En el año 2008 se produjo un gran descenso de las exportaciones procedentes de todos los países. Afectó con especial fuerza a España, en tan solo un año sus exportaciones se redujeron un 46% (pasando de 3.856.000€ en 2007 a 2.054.000€ en 2008).

Así mismo en el año 2009, España ha sido el país con el crecimiento más alto 46%, 3.000.000€, Las exportaciones españolas se situaron por primera vez a la cabeza superando a las italianas.

Las exportaciones procedentes de Portugal y Grecia se han mantenido constantes y siguen siendo muy inferiores a las de sus dos principales competidores.

Tabla 10: Exportaciones de aceite de oliva virgen en valor a Sudáfrica de sus principales socios comerciales europeos.
Unidad: Euros

	2007	2008	2009
España	3,93	3,90	3,28
Italia	3,67	3,81	3,36
Grecia	4,02	4,00	3,72
Portugal	4,08	4,06	3,72

Fuente: Euroestacom.

Atendiendo al precio unitario, vemos como este sigue una tendencia bajista. Esto se ve claramente en el caso de España en el que en tan solo dos años el precio medio de sus aceites se ha visto reducido un 16%.

Son las importaciones procedentes de Grecia y Portugal las que cargan un precio más elevado, y aunque de igual modo, estas tienen una tendencia hacia la baja, su precio sigue siendo superior al italiano y español

Tabla 11 Importaciones sudafricanas p. arancelaria 150990

150990	Cantidad (100 kg)				Valor (1.000 euros)			
	2007	2008	2009	Cuota 09	2007	2008	2009	Cuota 09
Italia	579	362	450	28%	1.675	1.179	1.262	34%
España	1.143	853	734	46%	2394	1.882	1.374	37%
Grecia	166	82	112	7%	482	222	306	8%
Portugal	260	136	266	17%	852	411	708	19%
Otros	4	5	20	1%	25	8	19	1%
Total	4.159	1.438	1.582	1	7.435	5.710	3.669	1

Fuente: Aduanas sudafricanas

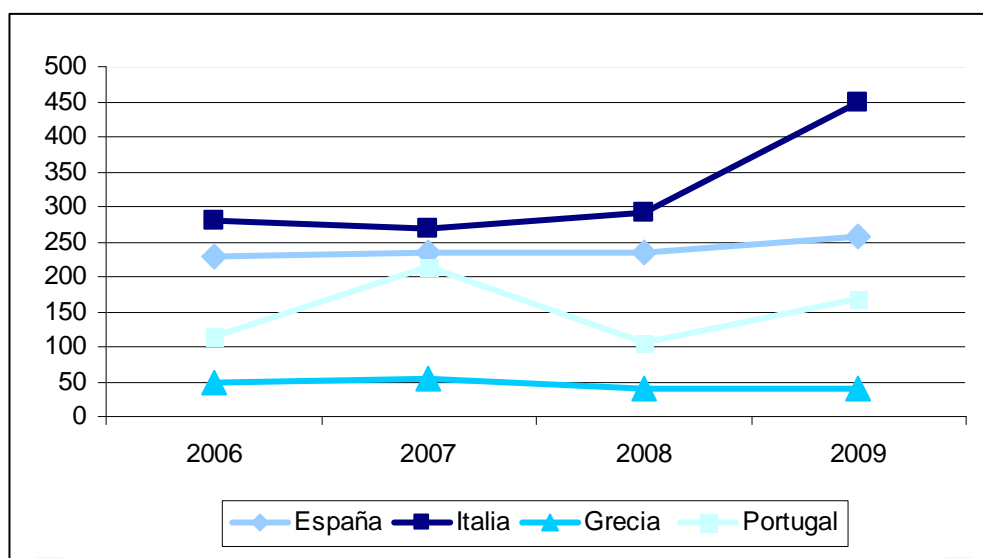
La partida arancelaria sudafricana 150990 no distingue entre el aceite de oliva apto para el consumo y el aceite de oliva lampante. Se estudiará por tanto los datos ofrecidos por Esta-

EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN SUDÁFRICA.

com en los que se detalla las exportaciones europeas de la partida arancelaria 15099000 (aceite de oliva para el consumo humano)

Tabla 12 Exportaciones de aceite de oliva en peso a Sudáfrica de sus principales socios comerciales europeos.

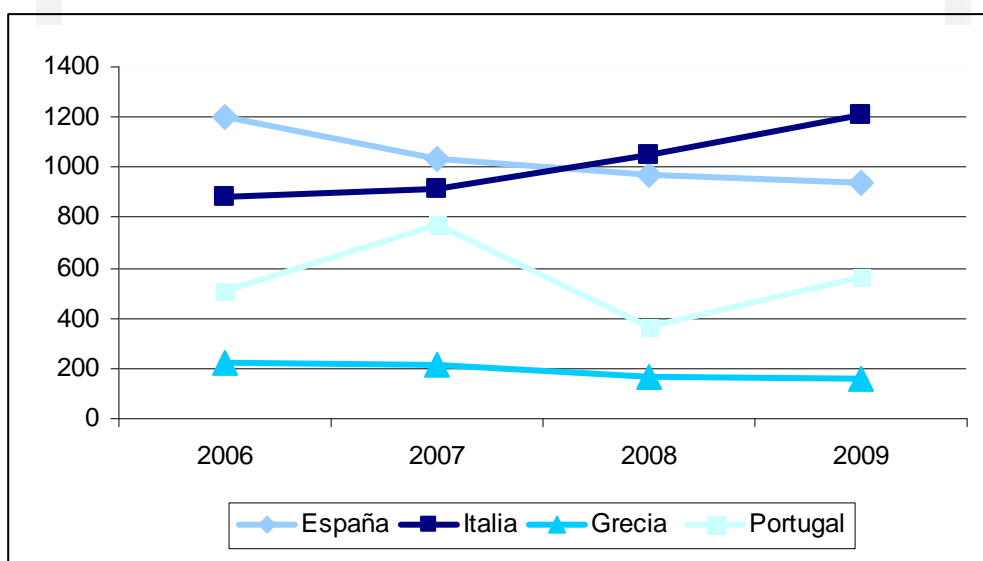
Unidad: Valor 1.000 kg



Fuente: Euroestacom.

Tabla 13: Exportaciones de aceite de oliva en valor a Sudáfrica de sus principales socios comerciales europeos.

Unidad: Valor 1.000 euros



Fuente: Euroestacom.

EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN SUDÁFRICA.

A diferencia del aceite de oliva virgen anteriormente estudiado, el resto de aceites de oliva no experimentaron tal pico en el año 2007. Tan solo las exportaciones procedentes de Portugal aumentaron durante ese periodo para luego disminuir en el año 2008 un 52%.

Las exportaciones italianas en valor experimentaron un crecimiento entre el año 2008 y 2009 de un 24% en cambio en peso solo aumentaron un 7%. De este modo, su precio medio unitario pasó de ser 3.2€ a 2.8€

Las exportaciones españolas a lo largo de estos cuatro años han experimentado un leve incremento en cantidad y descenso en valor.

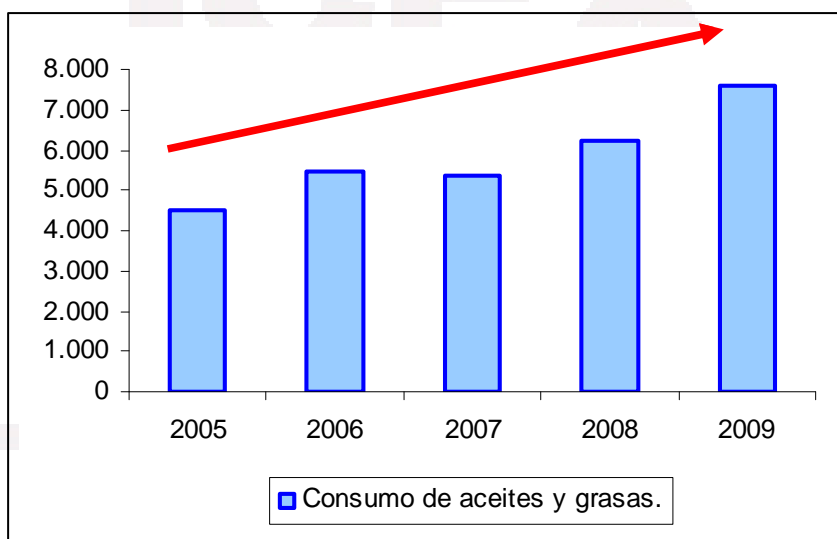
3. TAMAÑO DEL MERCADO

Según datos obtenidos por la asociación sudafricana Olive Go Wild, el consumo medio per cápita anual de aceite de oliva es de tan solo 0.8ml. A diferencia del consumo de países mediterráneos cuya media anual es de 12-24L. El consumo total del país se encuentra alrededor de 3.5 millones de litros anuales.

Pese a que la población de Sudáfrica es de alrededor de 49 millones de habitantes, este dato haría referencia al 30% de la población, comprendido como el grupo población de clase media-alta, con recursos suficientes para comprar este tipo de producto.

En los últimos años se está produciendo una tendencia creciente hacia el consumo de este tipo de producto, la gráfica siguiente muestra esta evolución durante los últimos cinco años.

Tabla 14: Consumo anual de grasas y aceite en Sudáfrica. Unidad: Millones de Rands



Fuente: Ministerio de Agricultura Sudáfrica.

Desde el año 2005 hasta la actualidad el crecimiento en el consumo de este tipo de productos ha sido de alrededor un 67 %. El crecimiento más notable se produjo entre el año 2008 y 2009 periodo en el cual, el consumo aumentó un 21%.

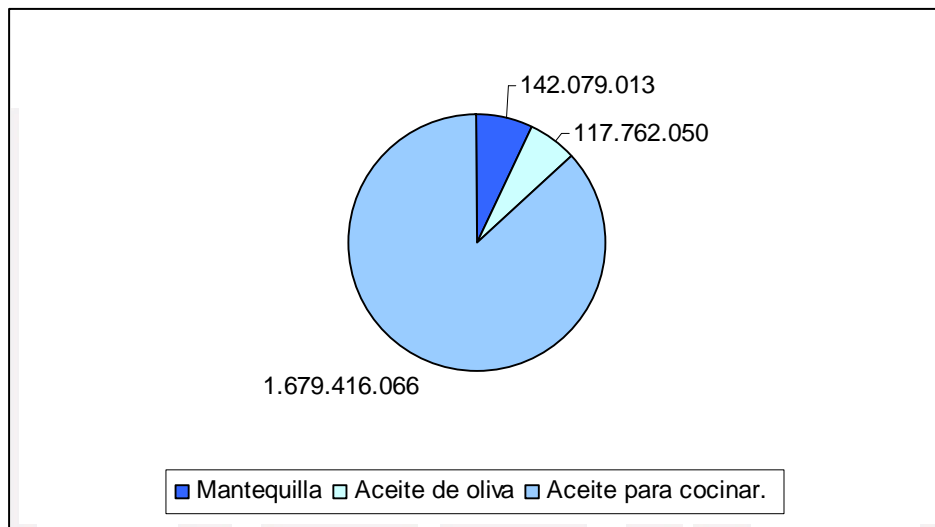
El aceite de oliva no es por el momento un producto demandado masivamente por la población local. Existe aún un gran desconocimiento sobre su uso y sus propiedades. Su utilización

EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN SUDÁFRICA.

principal es como condimento para ensaladas. A la hora de cocinar, sigue compitiendo con mantequillas, otras grasas y otros aceites vegetales

En la siguiente gráfica, se puede ver con más detalle la cuantía destinada por los consumidores en cada uno de estos productos.

Tabla 15: Desglose del consumo anual de grasas y aceite en Sudáfrica. Unidad: Rands



Fuente: Ministerio de Agricultura Sudáfrica.

III. ANÁLISIS CUALITATIVO DE LA DEMANDA

El mercado sudafricano de grasas y aceites comestibles se encuentra en una fase de cambio caracterizada por diversas tendencias:

- Se valora cada vez más la calidad
- Triunfa la cocina ligera y sana
- Existe un mayor conocimiento de los beneficios que aporta el aceite de oliva
- Mejora en los estándares de vida de la población
- Consumo de aceite por una cuestión de prestigio

Todas estas líneas favorecen el consumo de aceite de oliva, que ha aumentado en los últimos años a pesar de no formar parte de la dieta tradicional sudafricana.

El primer segmento de población demandante de aceite de oliva es el compuesto por las colonias de portugueses, italianos, griegos, franceses con tradición en el uso de estos productos.

EL segundo grupo social consumidor de aceite de oliva es el compuesto por los sudafricanos con un nivel de renta medio-alto que representa alrededor del 30% del total de la población. Dentro de este grupo existe diversas razones por las que los consumidores demandan aceite de oliva: algunos lo hacen porque conocen los beneficios que aporta el cocinar con aceite de oliva; otros porque han viajado a países donde su consumo es habitual y han decidido incorporarlo a su dieta. Pero la mayoría de ellos, lo hacen por una cuestión de prestigio, de mostrar a su entorno que cocinan con aceite de oliva, que conocen bien este ingrediente y que están a la moda.

Los consumidores sudafricanos prestan gran atención al precio de los productos y son por lo general muy conservadores en sus costumbres, no les gusta innovar y probar nuevos productos.

El tamaño de botella más vendido es el de 500ml. Los distribuidores han notado como en épocas en las que la situación económica es buena, las ventas de la botella de 750ml aumentan, por el contrario en épocas desfavorables es la botella de 250ml la más demandada.

EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN SUDÁFRICA.

A ciertos consumidores les gusta los aceites suaves, otros los aceites más fuertes, pero la mayoría de ellos no saben a que se debe. Por poner un ejemplo, si un consumidor prueba un aceite suave griego, asociará la suavidad con el país de origen y no con el tipo de aceituna. Nunca probará un aceite de otro país.

Según los profesionales del sector se debe hacer especial hincapié en la educación del consumidor. Creen que es necesario realizar fuertes campañas de publicidad donde se enumeren todas las propiedades del aceite de oliva, sus diferentes usos, procedencias, etc.

The image shows the logo for ICEX, which consists of the letters 'ICEX' in a bold, sans-serif font. The logo is centered within a large, light gray rectangular border that has a slight drop shadow effect, giving it a three-dimensional appearance. The background of the page is white.

IV. PRECIOS Y SU FORMACIÓN

El aceite de oliva es considerado como un producto gourmet en Sudáfrica y su precio es relativamente más alto que el de sus sustitutos (en concreto el aceite de girasol es seis veces más barato)

A la hora de formar el precio de venta al consumidor influyen varios factores. En primer lugar, aquellos derivados del coste de producción, el transporte y la logística. A estos hay que añadir los gastos administrativos propios de los procedimientos aduaneros, los derechos arancelarios, el impuesto sobre ventas y los márgenes aplicados por los distintos intermediarios en al cadena de distribución.

A continuación se presenta un escandallo teórico para calcular el precio de venta al público de una botella de un litro de aceite en Sudáfrica.

Tabla16. Escandallo de precios

ESCANDALLO ACEITE DE OLIVA		
(En euros por litro)	%	Valor
Precio salida en España		5
Transporte, seguro y manipulación	10%	0,5
		5,5
Aranceles	2,50%	0,137
Entregado CIP Sudáfrica		5,637
Márgen mayorista	25%	1,409
Precio mayorista		7,046
Márgen minorista	30%	2,11
Precio minorista sin IVA		9,156
IVA	14%	1,28
Precio venta al público		10,436

Por término medio, el margen aplicado por los importadores oscila entre el 20-30% dependiendo en general si el exportador les concede o no ayudas para la promoción del producto (en forma de descuentos, rappels, mercancía gratis, etc)

A su vez, los márgenes aplicados por los supermercados e hipermercados se sitúan en torno al 15%. Estos últimos no operan siempre sobre la base de la compra y venta, sino que en ocasiones basan su negocio en el alquiler del espacio en sus estanterías a los importadores

EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN SUDÁFRICA.

por un periodo de tiempo concreto a cambio de un montante fijo y un porcentaje por unidad vendida.

En Sudáfrica se comercializan en la actualidad más de 50 marcas diferentes de aceite de oliva. Italia sigue siendo junto a España el exportador con mayor volumen y generalmente tiene un precio superior al resto de productos extranjeros. Grecia, Portugal y Turquía les siguen a gran distancia. Los cuadros siguientes recogen la oferta de aceites de oliva identificada en el mes de Septiembre en establecimientos de las 4 cadenas de distribución más importantes.

Tabla 17. Tabla de precios de aceite de oliva de importación y sudafricano.

Envase	Marca	País	Tipo de aceite	Pick n´ Pay	Spar	Checkers	Woolworths
0,5	Sasso	Italia	Aceite	50,99	68,99		
0,5	Colavita	Italia	Extra virgen		68,99	65,99	
0,25	Pietro Coricelli	Italia	Extra virgen	29,99	37,99	36,99	
0,5	Pietro Coricelli	Italia	Orgánico E. virgen	73,99		98,99	
0,75	Oliveira de Serra	Portugal	Extra virgen	59,49			
0,5	Monini	Portugal	Extra virgen	53,99			
0,5	Sol	Portugal	Extra virgen		89,99		
0,25	Toscana	Turquía	Extra virgen			18,99	
1	Olivina	EE.UU	Extra virgen	97,49	103,99	99,99	
0,5	Morgenster	Sudáfrica	Extra virgen	88,49	91,99	89,99	99,95
0,3	Antonio´s	Sudáfrica	Aceite	29,99	29,99	28,99	
0,2	Solgo	Sudáfrica	Extra virgen		48,38	47,99	
0,5	Tokara Stellenbosch	Sudáfrica	Extra virgen			72,89	79,95
0,5	Vesuvio	Sudáfrica	Extra virgen	64,49	72,99	67,99	69,95
1	Vesuvio	Sudáfrica	Extra virgen	103,49	116,99	108,99	
0,5	Willow Creek	Sudáfrica	Extra virgen	75,99	79,99	72,99	79,95

Fuente: Elaboración propia.

Unidad monetaria Rands

Como se puede ver en el cuadro anterior, sigue existiendo una oferta muy amplia de aceites importados, sin embargo, la tendencia es a incluir una mayor variedad de aceites de oliva locales en todas sus variedades: aceite de oliva, virgen extra, orgánico, gourmet .etc.

En la formación de precios, se debe tener en cuenta que los aranceles se han reducido considerablemente en el marco de la aplicación del acuerdo de comercio con la Unión Europea, lo que presenta una ventaja comparativa con respecto a otros productores no europeos. Actualmente el arancel general es del 10%, mientras que los productos europeos gozan de un arancel de 2.5% o de 0% en la mayoría de los casos.

El componente más importante del precio no es el arancel ni el IVA, sino los elevados márgenes comerciales de distribuidores e importadores que acabamos de ver.

Los supermercados con precios más competitivos son Checkers, del grupo Shoprite y Pick n´Pay. El aceite se vende principalmente en botellas de 0,5 litros y 1 litro

EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN SUDÁFRICA.

Los precios europeos son más competitivos que los locales, en parte debido a las subvenciones del gobierno que reciben los productores europeos y que no existen en Sudáfrica.

Además de esta ausencia de ayudas económicas por parte del gobierno, el aceite sudafricano no es competitivo debido a la imposibilidad de los productores a producir en grandes cantidades como ocurre en las cooperativas europeas.

Si se tiene en cuenta todos los gastos de importación el aceite importado europeo sigue siendo más barato que el nacional. Por este motivo, el productor sudafricano se ve obligado a orientar sus productos hacia un mercado de nicho ofreciendo aceites de oliva virgen extra a un público más reducido que no se fija tanto en el precio, si no en la calidad del producto ofrecido. O bien a exportar sus productos a países como Zambia, Mozambique y Zimbabwe incluso cuando en la situación actual, la producción local no cubre la demanda del país.

En la tabla siguiente se muestra una pequeña recopilación de los aceites españoles que se pueden encontrar en las principales cadenas de supermercados del país.

Tabla 18: Tabla de precios de aceite de oliva español.

Envase	Aceite	País de origen	Tipo de aceite	Pick n' Pay	Spar	Checkers
0,25	Bertolli	Italia/ España	Extra virgen	34,79		43,99
1	Bertolli	Italia/ España	Extra virgen	144,99		164,99
0,5	Borges	España	Aceite	41,99		
2	Borges	España	Extra virgen	169,99		
1	Borges	España	Extra virgen	89,99		
0,5	Olive Pride	España	Extra virgen			49,99
2	Olive Pride	España	Extra virgen			129,99
0,5	Esencia del Sur	España	Extra virgen			49,99
0,5	Weigh-less	España	Extra virgen	68,49	75,99	71,99
0,5	Arte Oliva	España	Extra virgen	41,99		
0,25	Ybarra	España	Extra virgen	31,99		
1	La pedriza	España	Extra virgen	54,99		

Fuente: Elaboración propia.

Unidad monetaria Rands.

El aceite de oliva español está presente en todos los centros comerciales y por lo general, tiene un precio más competitivo que el sudafricano o el italiano. La fama del aceite italiano entre los consumidores sudafricanos puede justificar en parte esos precios de venta más altos.

Hasta hace unos meses, el aceite Carbonnel se podía encontrar en prácticamente todos los supermercados de la marca Spar, y Pick and Pay. En el momento de realizar esta nota no se ha encontrado esta marca en ninguno de los lineales. Se desconocen las causas por las que Carbonnel no está presente en este mercado.

EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN SUDÁFRICA.

En Sudáfrica cada vez se está extendiendo más tendencia por parte del distribuidor a ofrecer su propia marca en los diferentes tipos de productos ofrecidos. La cadena de supermercados Woolworth ofrece la mayor parte de sus productos bajo su propia marca. Emblema muy reconocido entre los consumidores de clase media-alta.

Tabla 19: Precios marcas blancas.

Envase	Aceite	País de origen	Tipo de aceite	Pick'n Pay	Spar	Checkers	Woolworths
1	Checkers	Turquía	Extra virgen			49,99	
1	Pick n'Pay	España	Extra virgen Orgánico	79,95			
1	Pick n'Pay	España	Extra virgen	85,99			
1	Pick n'Pay	España	Extra virgen	85,99			
0, 5	Woolworths	Sudáfrica	Extra virgen				69,95
0	Woolworths	Italia	Extra virgen				41,95
1	Woolworths	Italia	Extra virgen				89,95
1	Woolworths	Turquía	Extra virgen				109,95
1	Woolworths	España	Extra virgen				63,95
1	Woolworths	Grecia	Extra virgen				69,95
1	Spar	Italia	Extra virgen		44,99		
1	Spar	Italia	Aceite		74,99		
1	Spar	Italia	Extra virgen		79,99		

Fuente: Elaboración propia.

Unidad monetaria Rands

Dentro de las marcas blancas de aceite de oliva ofrecida por los grandes distribuidores sólo Pick'n Pay y Woolworth tienen aceite de origen español. Como se puede observar en la tabla, los precios son algo más bajos que los aceites de marca del productor, pero aún así la cuantía es bastante elevada si se compara con los precios de los establecimientos españoles.

V ■ PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL

España es aún poco conocida en Sudáfrica. Sin embargo, el aceite de oliva español ha penetrado con fuerza en los últimos diez años y ha conseguido posicionarse por detrás del aceite italiano.

Existe un buen conocimiento de España y sus productos entre los profesionales del sector de la alimentación. Los directores generales de las empresas de importación de alimentos, así como editores de revistas especializadas en alimentación, periodistas y múltiples cocineros conocen el producto español y, en muchos casos, el “made in Spain” empieza a equipararse a un producto de alta calidad.

Sin embargo, este conocimiento que tienen los agentes especializados del sector choca con el total desconocimiento que de los productos españoles tienen la mayoría de la población con poder adquisitivo suficiente. Para la inmensa mayoría de los potenciales consumidores, la imagen que se tiene de España no va más allá del deporte.

A este escaso conocimiento del producto español se une el hecho de la oferta de productos españoles en Sudáfrica es muy reducida y en algunos casos, cuando el producto está disponible es comercializado con marca sudafricana y solo en el dorso de la etiqueta aparece el “Product from Spain” lo cual no ayuda al reconocimiento del producto español.

VI. DISTRIBUCIÓN

El sistema de distribución en Sudáfrica está determinado por el sistema económico dual. El sistema de distribución moderno y formal se limita a las principales ciudades donde se concentra la población con mayor poder adquisitivo, principalmente en las provincias de Gauteng y del Cabo Occidental (Western Cape). Los principales supermercados localizan sus centros de distribución en Johannesburgo, Ciudad del Cabo y Durban. Desde estas tres ciudades suministran todas las mercancías a cualquier punto del país.

Sin embargo, aunque el sistema de distribución moderna ha ampliado su alcance, en las zonas donde se concentra la población más pobre sigue predominando un sistema de distribución informal, con pequeñas tiendas, puestos de venta callejeros y vendedores ambulantes, la mayoría sin licencia para la venta de alimentos. Este segmento mueve grandes volúmenes para determinados productos básicos pero no es una opción para los productos de gama media-alta como el aceite de oliva. Todas las principales cadenas de supermercados han creado marcas de establecimientos dirigidas a una población con menor poder adquisitivo, pero su red de establecimientos aún no cubre todas las zonas.

En líneas generales, la distribución de productos alimentarios se concentra cada vez más en las cadenas de supermercados y grandes superficies, en detrimento de pequeños comercios. Al igual que ocurre en los países desarrollados estos establecimientos están sufriendo la dura competencia de las grandes superficies y van perdiendo cuota de mercado.

Estas cadenas de distribución tienen una capacidad de compra elevada y dependiendo del tipo de producto contactan directamente con los productores sin necesidad de intermediarios. Son cinco las principales cadenas de supermercados existentes en el país: **Pick'n Pay, Checkers-Shoprite, Woolworths, Spar y Makro**. Entre sus aceites de oliva ofertados, todas las cadenas incluyen aceite de oliva español.

En el caso concreto del grupo Woolworth, cadena de distribución orientada a un público de clase media-alta se da la misma situación. El aceite es importado a granel en España para posteriormente embotellarlo y etiquetarlo en Italia bajo su marca blanca. Todos sus aceites importados que se ofrecen bajo la marca del distribuidor son etiquetados y embotellados fuera del país bajo la normativa sudafricana.

EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN SUDÁFRICA.

En sus establecimientos se pueden encontrar 22 líneas de aceite diferentes de las cuales 12 de ellos son importados. De estos 22 tipos de aceite:

- 14 aceites de oliva
- 5 aceites para cocinar.
- 3 aceites clasificados como saludables “health oils”

El canal de distribución más habitual para el aceite de oliva incluye la existencia de un importador / distribuidor que compra directamente al fabricante extranjero o local. En general distribuyen una gran variedad de productos de alimentación, ninguno se especializa en la distribución de un solo producto. Suelen tener acuerdos de distribución en exclusiva de determinados marcas a determinadas cadenas de supermercados.

Para estos grandes almacenes resulta más sencillo tratar con tan solo una empresa que lleve diferentes productos que tratar individualmente con cada productor, si además se tiene en cuenta que muchos de ellos se encuentran en otros países. En ocasiones si el productor es muy conocido y su producción es muy elevada se suprime este intermediario, pero no siempre se da esta situación, Por ejemplo, la empresa española Borges, presente en el mercado desde hace más de 15 años siguen vendiendo sus productos a la cadena de supermercados Pick and Pay a través de un distribuidor.

La figura del agente de aceite de oliva es menos común que para otros productos pero en ocasiones también aparece. Normalmente se da cuando el importador/distribuidor no tiene acceso a ciertas zonas geográficas, este recurre a un agente para que cubra dicho territorio o bien para cubrir determinado tipo de clientes como por ejemplo el canal horeca.

VII. CONDICIONES DE ACCESO AL MERCADO

- Impuestos arancelarios

Desde el año 2000 los aranceles se han reduciendo progresivamente gracias a las negociaciones recogidas en el Acuerdo sobre Comercio, Desarrollo y Cooperación (TDCA) entre Sudáfrica y la Unión Europea.

Actualmente tan solo la partida 15.09.10 tiene un arancel del 2.5%, el resto de partidas están libre de aranceles.

- Normativa sudafricana

No existe regulación específica para el aceite de oliva en Sudáfrica ni por parte de las autoridades sanitarias, ni por parte del ministerio de agricultura o de comercio. Tampoco existe regulación de protección de la denominación de origen.

Tan sólo se aplica la regulación general para todos los alimentos puesto a la venta en Sudáfrica y que tienen que cumplir obligatoriamente con la normativa vigente relativa al etiquetado de productos alimenticios que está contenida en la "Foodstuff, Cosmetics and Disinfectants, Act 54 of 1972", de 1 de marzo de 2010.

En ella se establecen los requisitos que debe cumplir el etiquetado de productos alimenticios.

Los puntos más importantes a tener en cuenta son:

- La información recogida en la etiqueta debe aparecer en inglés, y si es posible en otro de los idiomas oficiales del país.
- Esta información debe ser: clara, visible y legible.
- La etiqueta debe estar colocada de tal forma que no pueda ser separada del contenedor en su punto de venta.
- El nombre del producto debe aparecer en primer plano con letras nunca inferiores a 4mm. El resto de palabras que califican el producto deben ser del mismo tamaño, color y fuente y no ser menores a un tercio del nombre del producto.
- La lista de ingredientes debe aparecer con letra, tamaño y fuente uniforme y la primera letra debe estar escrita en mayúscula.

EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN SUDÁFRICA.

- En el etiquetado debe aparecer el nombre del producto, el importador y el distribuidor. En caso de tratarse de un producto importado, debe aparecer la dirección del productor.
- A la hora de especificar el país de origen, debe aparecer "Product of (nombre del país) si todos los ingredientes provienen del mismo país, así como el productor y envasador tengan la misma nacionalidad. En caso de no ser así, se deberá poner: "Produced in (nombre del país) ", "Processed in (nombre del país) ", "Manufactured in (nombre del país) ", Made in (nombre del país) ", Packed in (nombre del país) ".
- A la hora de redactar la lista de ingredientes, se debe especificar si las grasas o aceites son de origen "vegetable", "animal", "fish" o "marine".
- Se debe indicar la forma en la que el producto se debe conservar antes de su uso y una vez abierto. Las letras deben estar sobre un fondo fuerte y no ser menores a 0,3mm.

La regulación completa se encuentra en:
<http://www.doh.gov.za/docs/regulations/2010/req0146.pdf>

Acompañando a la nueva regulación se ha publicado una guía para el etiquetado, tiene el mismo rango que la regulación, se llama Guidelines Foodstuffs Labelling y puede encontrarse en: <http://www.doh.gov.za/docs/factsheets/guidelines/foodlabelling.pdf>

En ella se dan las pautas sobre cómo clasificar los distintos tipos de carbohidratos, políticas de control de productos que pueden causar alergia, normativa que regula si un ingrediente debe aparecer en la lista de ingredientes o no y la forma en la que este debe aparecer, regulación sobre la aparición de la palabra "light" o "reduced" en el etiquetado.

El certificado de la Unión Europea es suficiente a la hora de exportar el aceite a Sudáfrica. Para más información se puede consultar con el Ministerio de Sanidad

DEPARTMENT OF HEALTH
FOOD CONTROL DEPARTMENT
Tel: +27 12 312 0511
Fax: +27 12 312 0811
http://www.doh.gov.za/department/dir_foodcontr.html

VIII. ANEXOS

1. FERIAS

GOOD FOOD AND WINE SHOW

Se organiza tres veces al año, en las tres principales ciudades del país: Johannesburgo, Ciudad del Cabo y Durban. Por lo general se celebra en Septiembre en Johannesburgo, Noviembre en Durban y en mayo en Ciudad del Cabo.

Es la feria especializada en alimentación más antigua de Sudáfrica. Se celebraba habitualmente en El Cabo desde 1997 y se extendió posteriormente a Johannesburgo y en 2008 a Durban. La edición de El Cabo suele ser la más importante. Aparte de la exposición organizan una serie de eventos durante la semana anterior. Para 2009 concertaron una serie de menus gourmets a precios reducidos con unos 40 restaurantes de la zona durante lo que se denomina la "Restaurant Week". La feria está considerada más como un alternativa de ocio que como una feria profesional, pero tiene un gran impacto mediático y de asistencia

Persona de contacto: **Christine Cashmore,**

Managing Director de Gourmet Festival.

Tel : +27 (0) 21 797 45 00

www.gourmetsa.com

SUNDAY TIMES FOOD SHOW

Respaldado por el principal grupo de comunicación del país, AVUSA, esta exposición se lanzó por primera vez en Julio de 2007 con gran éxito de asistencia. El modelo seguido es muy similar al del Good Food Show. Además de los expositores, existen varias areas dedicadas a la demostración de chefs y otros especialistas del sector, aparte de instituciones como la Wine Academy que ofrecía cursos de cata y existen también talleres de cocina y degustaciones diversas.

Para la edición de 2008 ampliaron el tipo de empresas expositoras para incluir otras empresas distribuidoras de utensilios para la cocina, electrodomésticos y muebles. Además se han

EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN SUDÁFRICA.

convocado una serie de competiciones de chefs con tres categorías de participantes 'Qualified', 'Unqualified' y 'School Challenge' y unos premios especializados para empresas del sector de alimentación.

Los organizadores del evento han propuesto a varias embajadas la organización de pabellones nacionales.

El principal atractivo principal de este evento es el poder de convocatoria del grupo AVUSA que ha alcanzado un acuerdo con la principal cadena de televisión por satélite DSTV y BBC Food. La exposición ganó el premio al mejor "consumer show" otorgado por EXSA (Exhibition and Event Association of Southern Africa). La edición de 2007 contaba como patrocinador a la principal cadena de supermercados de Sudáfrica: Pickn' Pay y contó con una asistencia de 12.100 visitantes, 74 expositores, 30 chefs, dos de ellos celebridades de BBC Food, Reza Mahammad y Ainsley Harriott. La edición de 2008 tuvo un número mayor y más variado de empresas, pero algunos de los grandes patrocinadores estuvieron ausentes.

Se realiza una vez al año, en Johannesburgo, en el mes de Julio.

Persona de contacto: Susan Russell, Managing Director de AVUSA Media Ltd.

4 Biermann Avenue

Rosebank

2196 Johannesburg

Tel : +27 (0) 11 280-3000

Móvil: +27 (0) 827079556

www.sundaytimesfoodshow.co.za

HOSTEX (South Africa's International Hospitality & Catering Exhibition)

Engloba todo el sector de la hostelería y del catering con una gran diversidad de productos, tanto de alimentación como de maquinaria o promoción hostelera. Aproximadamente la mitad de los expositores están relacionados con la venta de alimentos, mientras que la otra mitad son de productos relacionados con la hostelería o el catering.

Se realiza cada dos años en Johannesburgo en el mes de Marzo.

Organizador : Reed Exhibitions

P O BOX 2395, Pengegowie 2123

Tel+ 27 11 886 3734

Fax +27 11 781 1267

Persona de contacto: lindyt@reedexpo.co.za

www.hostex.co.za

AFRICA'S BIG SEVEN FOOD INDUSTRY

Una de las ferias más grandes para la industria alimentaria, combina 7 ferias de diversos sectores enfocada al sector profesional:

- Agrifood Manufacturers and Producers Expo
- FoodBiz Africa Food Service and Equipment Exhibition
- FoodTech Africa Production, Processing and Packaging Expo

EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN SUDÁFRICA.

- Interbake Africa Equipment, Processes and Ingredients for the Baking Industry
- Retail Trade Exhibition Food, Beverages, Merchandise.
- Retail Solutions Africa Technology for Retailers
- Drink Tech Africa, beverage and food

Se realiza una vez al año en Johannesburgo, en el mes de Julio

Datos de contacto: Exhibition Manager Africa's Big Seven Expo

Email: admin@exhibitionsafrica.com

tel +27-11-783-7250/1/6/9

fax +27-11-783-7269

http://www.exhibitionsafrica.com/2010/exhib_2010_big_7_main.asp

2. PUBLICACIONES DEL SECTOR

SUPERMARKET & RETAILER

Revista online que publica noticias relacionadas con las tiendas detallistas y supermercados. En ella se pueden leer artículos tales como la aparición de nuevos productos en el mercado sudafricano, o las nuevas actuaciones que los principales supermercados del país planean llevar a cabo en los próximos meses.

15 Grove Rd
Mountain View
Johannesburg

Tel: +27 11 728 -7006

Fax: +27 11 728 -6182

Persona de contacto Ivana Arrigoni ivana@supermarket.co.za

SOUTH AFRICAN FOOD REVIEW

Revista mensual orientada hacia el mercado de la alimentación en Sudáfrica.

En ella se pueden encontrar diversos artículos que hablan de la aparición de nuevos productos, estadísticas de consumo, normativa que afecta al mercado, etc.

Datos de contacto.

Tel. +27 011 835 2221

EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN SUDÁFRICA.

Fax: +27 011 835 2631.

Editor: Brenda Neall Tel 021 671 1140

E-mail: brenda@foodreview.co.za.

www.foodreview.co.za

EAT IN

Revista que se publica tanto en papel como online. Especializada en alimentación. En sus páginas se pueden encontrar recetas de cocinas, inauguraciones de nuevos restaurantes y tiendas gourmet, comentarios de profesionales sobre nuevos ingredientes o productos. Al final de todas las revistas en papel aparece un directorio de tiendas gourmet y restaurantes recomendados.

Datos de contacto:

Dirección física: New Media House, 19 Bree Street, Cape Town, 800

Teléfono: +27 21 417 1111

Fax: +27 21 417 1112

Directora de la revista: Martha Dimitriou

Email: mdimitriou@newmediapub.co.za

Web: www.eat-in.co.za/

FOOD & HOME

Revista mensual que recoge recetas, entrevistas con profesionales del sector, y artículos relacionados.

www.foodandhome.co.za

3. ASOCIACIONES

OLIVE GROWERS' ASSOCIATION (SAOILVE)

Asociación voluntaria fundada en 1956, representa los intereses de la industria del aceite de oliva en Sudáfrica. Cuenta con más de 100 miembros entre los que se encuentran productores de aceituna y aceite, agricultores, no participan distribuidores ni detallistas. Intenta proteger a la industria locales frente a los aceites importados, promociona los productos sudafricanos, etc.

En la feria celebrada en Ciudad del Cabo en 2005 "Cape Olive Fair" se presentaron las directrices de un nuevo etiquetado para las empresas miembro. Los consumidores que adquieren aceites de oliva con la etiqueta "SA Olive" saben que el producto es 100% local, y todo su

Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Johannesburgo. 30

EL MERCADO DEL ACEITE DE OLIVA EN SUDÁFRICA.

proceso de producción y envasado ha sido de acorde con lo estipulado en las directrices de la asociación.

P O Box 357 Paarl 7620
Teléfono: +27 (0)23 342 5793
Fax : +27 (0)23 342 5792
Email: jhanna@mweb.co.za
Website: <http://www.saolive.co.za>

OLIVE DIRECTORY 2010.

Primer directorio online que agrupa a todos los protagonistas de la industria del aceite de oliva en Sudáfrica. En esta página de Internet aparecen los contactos de las principales empresas del sector, así como datos del mercado.

15 Parrot Heights, Hulett street.

Plankenburg.

Stellenbosch.

Tel: +27 21 886 8408

Fax: +27 866 613330

<http://www.olivedirectory.co.za/index.php>

OLIVESINFAC (PTY) LTD

OlivesInFact (Pty) Ltd
P.O. Box 7591
Stellenbosch
7599

Tel: +27 83 3004 703

Fax: +27 21 884 4655

linda@olivesinfact.com
www.OlivesInFact.co.za

Asociación cuyo finalidad es ofrecer consejos y asistencia a los productores de aceite de oliva del país.

AGRICULTURAL RESEARCH COUNCIL

Se trata de la principal institución de investigación agrícola de Sudáfrica.

Sus principales objetivos son la promoción de la industria alimenticia sudafricana, así como invertir en desarrollo e investigación de nuevos productos y formas de producción.

1134 Park street, Hatfield, Pretoria

Tel: +27 12 427 9700

Fax: +27 12 342 3948

nkami@arc.agric.za

<http://www.arc.agric.za/>

4. OTRAS DIRECCIONES DE INTERÉS

OFICINA COMERCIAL DE ESPAÑA EN JOHANNESBURGO

8TH floor Fredman Towers

13 Fredman Drive

Sandown, Sandton

P O BOX 781050

2146 SANDTON

Tel. 27-11-883 2102/3/4/5

Fax 27-11-883 2624

E-MAIL: johannesburgo@comercio.mityc.es

EMBAJADA DE ESPAÑA EN PRETORIA

Lord Charles Building

337 Brooklyn Rd.

Brooklyn, Pretoria

Tel +27-12-460 0123

CONSULADO DE ESPAÑA EN CIUDAD DEL CABO

37 Short Market St.

Cape Town

Tel +27-21-422 2415/6/7