
Estudio de Mercado Aceite de Oliva en Cuba

Abril 2012

www.prochile.cl

Documento elaborado por la Oficina Comercial de ProChile en LaHabana

pro|CHILE

INDICE

<i>I. Producto:</i>	4
1. Código Sistema Armonizado Chileno SACH:	4
2. Descripción del Producto:	4
3. Código Sistema Armonizado Local:	4
<i>II. Situación Arancelaria y Para – Arancelaria</i>	5
1. Arancel General:	5
2. Arancel Preferencial Producto Chileno :	5
3. Otros Países con Ventajas Arancelarias:	5
4. Otros Impuestos:	6
5. Barreras Para – Arancelarias	6
<i>III. Requisitos y Barreras de Acceso</i>	7
1. Regulaciones de importación y normas de ingreso	7
2. Identificación de las agencias ante las cuales se deben tramitar permisos de ingreso, registro de productos y etiquetas:	10
3. Ejemplos de etiquetado de productos (imágenes)	11
<i>IV. Estadísticas – Importaciones</i>	12
1. Estadísticas Glosa 15091000	12
2. Estadísticas Glosa 15099000	12
3. Estadísticas Glosa 15100000	12
<i>V. Potencial del Producto</i>	14
1. Potencial del producto.	14
1.1. Formas de consumo del producto	15
1.2. Nuevas tecnologías aplicadas a la presentación/comercialización del producto (ventas a través de Internet, etc.)	15

1.3. Comentarios de los importadores (entrevistas sobre que motiva la selección de un producto o país de origen).....	15
1.4. Temporadas de mayor demanda/consumo del producto.....	16
1.5. Principales zonas o centros de consumo del producto.	16
<i>VI. Canales de Comercialización y Distribución.....</i>	<i>16</i>
<i>VII. Precios de referencia – retail y mayorista</i>	<i>17</i>
<i>VIII. Estrategias y Campañas de Promoción Utilizadas por la Competencia</i>	<i>17</i>
<i>IX. Características de Presentación del Producto</i>	<i>19</i>
<i>X. Sugerencias y recomendaciones</i>	<i>22</i>
<i>XI. Ferias y Eventos Locales a Realizarse en el Mercado en Relación al Producto.....</i>	<i>22</i>
<i>XII. Fuentes Relevantes de Información en Relación al Producto</i>	<i>23</i>



PRODUCTO:

1. CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO CHILENO SACH:

1509.10 - Virgen:
 1509.1091 --- En envases de contenido neto inferior o igual a 5 l
 1509.1099 -- Los demás

1509.90 - Los demás:
 1509.9090 -- Los demás

1510.0000 Los demás aceites y sus fracciones obtenidos exclusivamente de aceituna, incluso refinados, pero sin modificar químicamente, y mezclas de estos aceites o fracciones con los aceites o fracciones de la partida 15.09.

2. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO:

El aceite de oliva es el zumo oleoso obtenido a partir de la aceituna, por procedimientos mecánicos o físicos aplicados en condiciones especialmente térmicas y que no producen la alteración del producto.

3. CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO LOCAL:

1509.10.00 -Virgen
 1509.90.00 -Los demás
 1510.00.00 Los demás aceites y sus fracciones obtenidos exclusivamente de aceituna, incluso refinados, pero sin modificar químicamente, y mezclas de estos aceites o fracciones con los aceites o fracciones de la partida 15.09.



SITUACIÓN ARANCELARIA Y PARA – ARANCELARIA

1. ARANCEL GENERAL¹:

CÓDIGO	Unidad Medida	ARANCEL GENERAL	ARANCEL NMF
1509.10.00	Kg	15%	10%
1509.90.00	Kg	10%	5%
1510.00.00	Kg	30%	20%

Fuente: Resolución Conjunta № 4/07 del Ministerio de Finanzas y Precios y del Ministerio del Comercio Exterior e Inversión Extranjera.

2. ARANCEL PREFERENCIAL PRODUCTO CHILENO:

El Acuerdo de Complementación No.42 (ACE 42), firmado entre Chile y Cuba que entró en vigor en junio de 2008, establece preferencias de un 100 % a los códigos arancelarios 1509.1000 y 1509.9000.

3. OTROS PAÍSES CON VENTAJAS ARANCELARIAS:

Cuba otorga gran número de preferencias arancelarias a través de Acuerdos de Alcance Parcial y de Complementación Económica en el marco de la ALADI. En cuanto a las partidas arancelarias en cuestión, las preferencias autorizadas han sido las siguientes:

GLOSA PAIS	1509.1000	1509.9000	1510.0000
Venezuela	100%	100%	100%
Bolivia	100%	100%	100%
Argentina	100%	100%	-
Brasil	100%	100%	-
Paraguay	100%	100%	-
Uruguay	100%	100%	-

Fuente: ALADI

¹ Derechos en % Ad-Valorem

4. OTROS IMPUESTOS:

En Cuba no aplica el IVA.

5. BARRERAS PARA – ARANCELARIAS

Existen algunos factores que pueden influir en la decisión final del importador cubano para la selección de un suministrador:

a) Centralización de los recursos financieros

El impacto de la crisis mundial y los altos precios de los alimentos, han limitado el crecimiento esperado de la economía cubana, que es fuertemente dependiente del exterior. En ese sentido, las altas esferas económicas y financieras del gobierno cubano han redirigido el destino de las finanzas, concentrándolas en las compras de los productos prioritarios para el desarrollo del país. En todo caso se tendrá en cuenta la competitividad de los precios (producto y flete) y el otorgamiento de financiamiento.

b) Condiciones crediticias para la adquisición de los productos

Un aspecto muy importante para la venta de productos a Cuba lo constituye el otorgamiento de financiamiento a los compradores cubanos. Por lo general, se tiende a solicitar desde 180 a 360 días contados a partir de la fecha de los documentos de embarque. Algunos gobiernos y comunidades internacionales han otorgado créditos gubernamentales con garantías soberanas como China, Venezuela, Brasil, Japón, País Vasco, Vietnam, entre otros, que ofrecen facilidades para que sus exportadores puedan otorgar estos créditos a los clientes cubanos.

c) Negociaciones sin intermediarios

Los importadores cubanos exigen que los productos sean vendidos directamente por productores y sólo en casos excepcionales se aceptan intermediarios o entidades comerciales no productoras.



REQUISITOS Y BARRERAS DE ACCESO

1. REGULACIONES DE IMPORTACIÓN Y NORMAS DE INGRESO

Para la circulación y comercialización de alimentos en todo el territorio nacional es un requisito indispensable la inscripción del producto en el Registro Sanitario de Alimentos, radicado en el Instituto de Nutrición e Higiene de los Alimentos (INHA) del Ministerio de Salud Pública.

Para realizar esta inscripción, el proveedor debe dirigirse al Departamento de Registro y Control de Calidad Sanitaria y firmar un contrato para recibir el servicio. Seguidamente deberá llenar un formulario de solicitud en el cual deberá constar la información siguiente:

- Producto
- Marca Comercial
- Nombre de la fábrica productora
- País de origen
- Especificaciones de calidad Físico-Químicas
- Composición
- Etiqueta. Se debe adjuntar prototipo o diseño, debe cumplir NC108:2008.
- Durabilidad
- Tipo de envase
- Aditivos alimentarios
- Límite de contaminantes metálicos en el producto
- Límite de contaminantes microbiológicos
- Otros contaminantes (antibióticos, hormonas, micotoxinas, etc)
- Condiciones de almacenamiento, conservación y transporte
- Descifrado de Clave utilizada en lote, en los casos que proceda
- Certificados a Presentar: Certificado de Libre Venta del producto y Certificado de funcionamiento o Licencia Sanitaria del establecimiento productor.
- Forma de consumo, instrucciones para el uso o grupos poblacionales (en los casos que proceda) Otros aspectos de interés.

Con posterioridad se deberá efectuar el servicio mediante transferencia bancaria o cheque; solo en casos excepcionales se acepta efectivo. A continuación se enviará la muestra, la ficha técnica del producto y el certificado sanitario del país de origen.

El costo del registro en el INHA del aceite de oliva es de 80 pesos convertibles o CUC (aproximadamente US\$ 89). Puede ser solicitado tanto por el proveedor extranjero como por el importador cubano. En el caso de este último el costo del registro puede ser abonado en moneda nacional. Paralelamente se realiza el análisis del etiquetado del producto, que tiene un costo de 10 CUC (aproximadamente US\$ 12) y existen otros análisis de más específicos de laboratorio que se deberán realizar a las muestras, como es el caso de los microbiológicos cuyas tarifas pueden ser consultadas con el INHA. El registro ampara hasta 5 referencias de una misma marca, de las cuales se deberá remitir igualmente toda la información requerida. La duración de este trámite debe ser como máximo 20 días hábiles.

La inscripción tendrá una vigencia de 3 años y su renovación se realizará dentro de los 90 días anteriores a la fecha de vencimiento. Al realizar la renovación de la inscripción el precio a abonar será la mitad del establecido para la inscripción.

La inscripción de un producto en el registro conlleva el otorgamiento del Certificado Sanitario, que avala la circulación y comercialización del mismo en todo el territorio nacional. Este certificado se otorga cada vez a favor de un importador cubano, por ejemplo ALIMPORT. Si el suministrador desea extender la inscripción del mismo producto a otro importador cubano, debe abonar 10 CUC adicionales.

El titular del producto inscrito está en la obligación de comunicar durante el período de vigencia de la licencia otorgada, las actualizaciones o modificaciones efectuadas a este que difieran de la información brindada para su inscripción.

Al evaluar la solicitud de registro se tendrá en cuenta que el producto cumpla con los requerimientos sanitarios exigidos en las normas cubanas² siguientes:

NC 38-03-06 (1987) Importación y exportación de alimentos. Requisitos sanitarios generales

Establece los requisitos sanitarios generales para la importación de alimentos (materia prima y productos terminados), su carga, descarga, transportación y almacenamiento, entre estos: evitar exceso de peso en los embalajes; los alimentos perecederos no se almacenarán en las terminales; no se transportarán sustancias tóxicas con alimentos; la autoridad sanitaria tomará muestras del alimento para su análisis. Es aplicable a las terminales marítimas y aéreas.

NC 5 (1998) Aceites vegetales refinados comestibles. Especificaciones.

Esta norma se aplicará a los aceites vegetales refinados comestibles de girasol, soja, maíz, coco, maní, colza de bajo contenido de ácido erúxico, oliva, orujo de aceituna, almendra de palma, palma, oleína de palma y estearina de palma y regula las especificaciones para cada uno de ellos en cuanto a descripción, requisitos de calidad, de identificación y químicos, aditivos alimentarios, contaminantes, higiene, etiquetado, entre otros.

NC 310 (2003) Directrices generales sobre declaraciones de propiedades en alimentos

Establece las directrices para la declaración de propiedades que se hacen en relación con un alimento, independientemente de si el alimento está regulado o no por una normativa individual. Se basan en el principio de que ningún alimento deberá describirse o presentarse en forma falsa, equívoca o engañosa, o de ninguna manera que pueda crear en el consumidor una impresión errónea en cuanto a su naturaleza.

La persona que comercialice el alimento deberá poder justificar las declaraciones de propiedad hechas en relación con el mismo.

Se prohíben las declaraciones de propiedades que afirmen que el alimento constituye una fuente adecuada de todos los nutrientes, salvo que las autoridades competentes lo hayan admitido; las que no puedan comprobarse; las que expongan la utilidad del alimento para prevenir aliviar o curar enfermedades o trastornos, al menos que estén permitidas por las leyes del país; las que puedan suscitar miedo al consumidor; los términos comparativos o superlativos.

Se permiten declaraciones de propiedades que refieran las cualidades nutricionales del alimento y características de su origen y fabricación, siempre bajo ciertas condiciones.

² Pueden ser solicitadas a la Representación Comercial de ProChile en La Habana.

NC 452 (2006) Envases, embalajes y medios auxiliares. Requisitos sanitarios generales

Establece los requisitos sanitarios generales que cumplirán los envases, embalajes y medios auxiliares destinados al contacto con alimentos desde su obtención, producción, almacenamiento, transportación, hasta su distribución y consumo.

Regula las características que deberán presentar las materias primas utilizadas para la fabricación de los envases, embalajes y medios auxiliares destinados al contacto con alimentos y los requisitos sanitarios de su producción, cierre y utilización.

NC 454 (2006) Transportación de alimentos. Requisitos sanitarios generales

Esta norma establece los requisitos generales que se tendrán en cuenta para la transportación de los productos alimenticios y de las raciones elaboradas, listas para el consumo; así como en las materias primas empleadas en su elaboración.

Determina las características mínimas requeridas de los medios de transporte de acuerdo al tipo de productos, la protección que deben conferir a los productos, así como las condiciones de higiene exigidas y la forma en que se deben separar los alimentos, entre otros temas.

NC 455 (2006) Manipulación de alimentos. Requisitos sanitarios generales

Esta norma establece los requisitos sanitarios que cumplirán los manipuladores y cualquier otro personal en actividades similares; en las operaciones de manipulación de los alimentos durante su obtención, elaboración, procesamiento, envasado, recepción, almacenamiento, transportación y venta.

NC 492 (2006) Almacenamiento de alimentos. Requisitos sanitarios generales

Esta Norma establece los Requisitos Sanitarios Generales que se tendrán en cuenta para el almacenamiento de los productos alimenticios, materias primas y materiales empleados en su elaboración.

NC 143 (2007) Principios generales de higiene de los alimentos

Se aplicará como lista útil de verificación de los requisitos por las autoridades nacionales competentes encargadas de vigilar la observancia de las disposiciones sobre higiene de los alimentos. La finalidad de su publicación es que sirva de orientación y fomente la elaboración y el establecimiento de definiciones y requisitos aplicables a los alimentos con miras a su armonización y de esta forma, facilitar el comercio lo que permitirá su amplia utilización por las autoridades reglamentarias competentes, las industrias alimentarias (incluidas los productores individuales primarios, los fabricantes, los operadores de servicios alimentarios y los revendedores), así como todos los manipuladores de alimentos y los consumidores.

NC 108 (2008) Norma general para el etiquetado de los alimentos preenvasados

Se aplicará al etiquetado de todos los alimentos preenvasados que se ofrecen como tales al consumidor para fines de hostelería y a algunos aspectos relacionados con la presentación de los mismos.

Establece los requisitos que debe cumplir el etiquetado de los alimentos, entre ellos: nombre del alimento; lista de ingredientes, con especial mención a los que causan hipersensibilidad y los aditivos alimentarios empleados; contenido neto y peso escurrido; nombre y dirección del fabricante, del envasador, distribuidor, exportador, importador o vendedor; país de origen del alimento; identificación del lote; fecha de duración; instrucciones para el uso y conservación; declaración cuantitativa de los ingredientes, si el alimento ha sido tratado con radiación ionizante.

NC 277 (2008) Aditivos alimentarios. Regulaciones sanitarias

Establece los aditivos alimentarios autorizados y las regulaciones sanitarias para su utilización en los productos alimentarios destinados al consumo humano.

NC 585 (2008) Contaminantes microbiológicos en alimentos. Requisitos sanitarios

Establece los criterios microbiológicos de los alimentos de consumo humano crudos, semielaborados, elaborados y listos para el consumo, que han sido sometidos a procesos industriales o de preparación, así como a los alimentos para el consumo animal.

Se aplicará a los productos alimenticios en el lugar de producción, transportación, venta y consumo, así como a los productos de importación.

NC 816 (2010) Grasas y aceites comestibles envasados. Requisitos sanitarios generales

Regula los requisitos sanitarios generales que se cumplirán en las operaciones para la producción, almacenamiento y comercialización de las grasas y aceites comestibles envasadas, tanto de producción nacional como de importación.

2. IDENTIFICACIÓN DE LAS AGENCIAS ANTE LAS CUALES SE DEBEN TRAMITAR PERMISOS DE INGRESO, REGISTRO DE PRODUCTOS Y ETIQUETAS:

INSTITUTO DE NUTRICION E HIGIENE DE LOS ALIMENTOS (INHA)

Departamento de Registro, Control y Calidad Sanitaria

Teléfono: (537) 870 5531 al 33 (Pizarra)

Telefax: (537) 870 8947

Calzada de Infanta No. 1158, e/ Clavel y Santo Tomás, Municipio Cerro, La Habana
 olgamaral@infomed.sld.cu / www.inha.sld.cu

3. EJEMPLOS DE ETIQUETADO DE PRODUCTOS

Se aprecian requisitos exigidos según la Norma Cubana 108 (2008) para el etiquetado de elementos preenvasados:



IV. ESTADÍSTICAS – IMPORTACIONES

CÓDIGO 15091000 - ACEITE DE OLIVA VIRGEN

1. ESTADÍSTICAS 2010

Principales Países de Origen	Cantidad *	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
España	142.670,46	749.746,36	80,5%
Italia	27.758,29	181.640,33	19,5%
Total	170.428,75	931.386,36	100 %

2. ESTADÍSTICAS 2009

Principales Países de Origen	Cantidad *	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
España	89.268,67	496.490,82	81,9%
Italia	18.538,40	110.051,72	18,1%
Total	107.807,07	606.542,54	100%

3. ESTADÍSTICAS 2008

Principales Países de Origen	Cantidad *	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
España	90.197,44	475.036,73	79,8%
Italia	14.679,79	79.282,42	13,3%
Argentina	4.524,00	31.436,10	5,3%
Panamá	1.530,00	3.600,73	0,6%
Francia	387,47	2.762,37	0,5%
Subtotal	111.318,70	592.118,35	99,4%
Otros	3.453,13	3.522,23	0,6%
Total	114.771,83	595.642,58	100%

Fuente: Oficina Nacional de Estadísticas (ONE).

CÓDIGO 15099000 - LOS DEMÁS

1. ESTADÍSTICAS 2010

Principales Países de Origen	Cantidad *	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
España	71.246,33	412.219,27	90,4%
Italia	8.553,58	47.742,49	9,4%
Subtotal	79.799,91	454.961,76	99,7%
Otros	64,10	1.184,86	0,3%
Total	79.864,02	456.146,62	100%

2. ESTADÍSTICAS 2009

Principales Países de Origen	Cantidad *	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
España	34.848,00	243.908,23	86,6%
Italia	6.091,33	47.857,03	16,4%
Argentina	0,33	0,93	0,0%
Otros	1,97	34,97	0,0%
Total	40.941,63	291.801,16	100 %

3. ESTADÍSTICAS 2008

Principales Países de Origen	Cantidad *	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
España	35.000,82	332.695,19	99,95%
Italia	14.296,45	246.296,45	73,99%
Chile	600,00	5.673,46	1,70%
Argentina	3.967,25	3.277,76	0,98%
Total	53.864,52	332.865,19	100%

Fuente: ONE

CÓDIGO 15100000 - LOS DEMÁS ACEITES OBTENIDOS EXCLUSIVAMENTE DE LA ACEITUNA Y SUS

1. ESTADÍSTICAS 2010

No hubo exportaciones del ítem ese año.

2. ESTADÍSTICAS 2009

Principales Países de Origen	Cantidad *	Monto (Miles US\$)	% Participación en el Mercado
España	1.099,00	4.029,26	100 %
Total	1.099,00	4.029,26	100 %

Fuente: ONE

3. ESTADÍSTICAS 2008

No hubo exportaciones del ítem ese año.

V ■ POTENCIAL DEL PRODUCTO

1. POTENCIAL DEL PRODUCTO.

El aceite de oliva es un producto natural que cuando se extrae por procedimientos físicos o mecánicos, a partir de aceitunas de buena calidad y con la madurez adecuada, posee cualidades excepcionales que lo hacen ideal para el aderezo de alimentos y la preparación de diferentes platos. El hecho de que su composición sea rica en ácidos grasos monoinsaturados, sobre todo ácido oleico, lo hacen la grasa más indicada en alimentación, sobre todo por sus propiedades saludables ya que reduce el nivel del colesterol malo LDL en sangre y mantiene el colesterol bueno HDL, previniendo las enfermedades coronarias y la arteriosclerosis.

Cuba no produce este tipo de producto, por lo que es importado para la venta en tiendas recaudadoras de divisas y para el suministro de la industria hotelera.

El consumidor cubano conoce de forma general de las propiedades excelentes del aceite de oliva, sin embargo, es un producto con altos precios en las tiendas recaudadoras de divisas, lo que no lo hacen asequible al grueso de la población que tiene un salario promedio mensual de US\$20. Es así que presenta una lenta rotación en el comercio minorista. No obstante, una pequeña cuota de compras en este mercado pudiera abrirse, a partir de la proliferación de los restaurantes privados que se están dando en la isla, que ofrecen un servicio cualificado para un tipo de consumidor de mayor poder adquisitivo.

La industria hotelera presenta la mayor demanda de aceite de oliva, en un mercado que recibió 2,7 millones de visitantes internacionales en el año 2011. El turista foráneo es conocedor de las bondades de este producto y de su inclusión en la dieta mediterránea, por lo que su presencia en el servicio gastronómico es exigida. En particular, el

suministro de aceite de oliva a los hoteles de 4 y 5 estrellas, es demandado para la elaboración de determinados platos y para el servicio en restaurante.

A modo de ilustrar, a continuación se coloca una tabla que muestra el incremento de la capacidad hotelera de los hoteles 4 y 5 estrellas en los últimos años, en cuanto a número de establecimientos, de habitaciones y de plazas-camas, que indica la potencialidad de la demanda de este sector para el producto aceite de oliva.

CAPACIDAD DE HOTELES 4 Y 5 ESTRELLAS						
No. de establecimientos	2005	2006	2007	2008	2009	2010
5 Estrellas	24	28	26	27	29	29
4 Estrellas	70	79	83	78	81	86
TOTAL	94	107	109	105	110	115
No. de habitaciones						
5 Estrellas	8.458	10.602	10.803	10.889	13.380	12.801
4 Estrellas	19.061	19.686	19.783	20.982	21.380	23.775
TOTAL	27.519	30.288	30.586	31.871	34.760	36.576
No. de plazas-cama						
5 Estrellas	17.825	20.294	21.688	24.458	26.120	26.386
4 Estrellas	33.249	36.162	37.569	38.830	40.778	40.918
TOTAL	51.074	56.456	59.257	63.288	66.898	67.304

Fuente: ONE

En estos momentos la demanda está siendo aprovechada exclusivamente por los proveedores españoles.

1.1. FORMAS DE CONSUMO DEL PRODUCTO.

Aderezo de alimentos y como ingrediente en la elaboración de platos.

1.2. NUEVAS TECNOLOGÍAS APLICADAS A LA PRESENTACIÓN/COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO (VENTAS A TRAVÉS DE INTERNET, ETC.).

Se ha visto la utilización del envío masivo de boletines por parte de los traders que traen a Cuba varios productos, entre ellos, el aceite de oliva, mediante el cual se da a conocer y se enfatiza la información sobre los beneficios que aporta al consumidor dicho producto.

1.3. COMENTARIOS DE LOS IMPORTADORES (ENTREVISTAS SOBRE QUE MOTIVA LA SELECCIÓN DE UN PRODUCTO O PAÍS DE ORIGEN).

La Resolución 190/2001 "Reglamento sobre la Actividad de Importación y Exportación" del Ministerio de Comercio Exterior y la Inversión Extranjera, indicaron que los criterios para seleccionar el producto de un proveedor están establecidos en la Resolución cuando indica: "Las entidades son las responsables de la ejecución del proceso de solicitud, análisis y selección de la oferta más ventajosa en cuanto a calidad, precio, condiciones de pagos, plazos

de entrega, servicios de post-venta y garantía, tomando en consideración el criterio del cliente nacional." En conversaciones con determinados importadores se evidencia la aplicación de esta premisa.

1.4. TEMPORADAS DE MAYOR DEMANDA/CONSUMO DEL PRODUCTO.

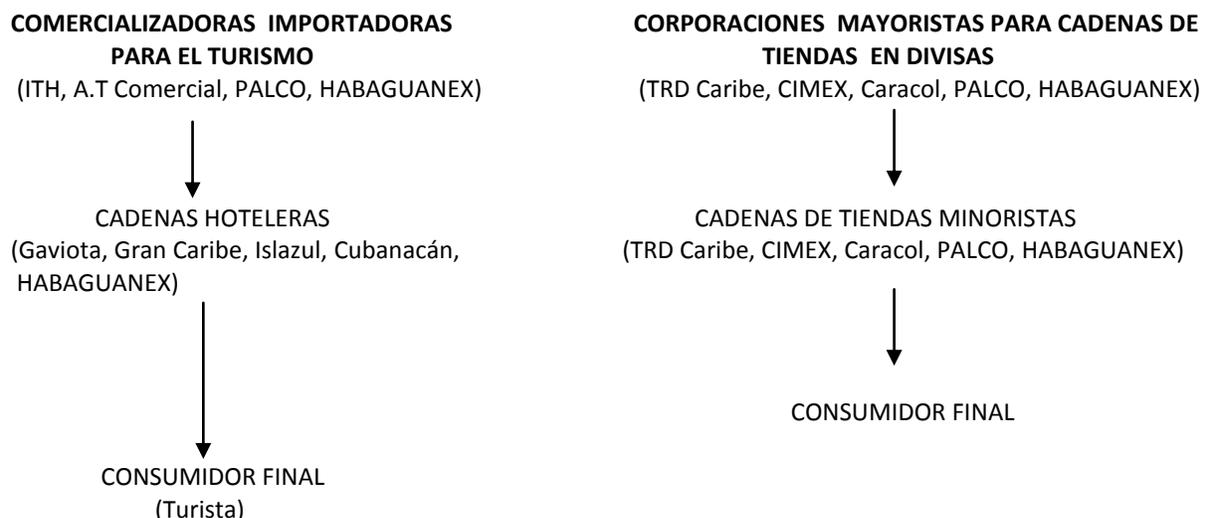
La mayor demanda y consumo se adecua a las temporadas altas del turismo, de noviembre a abril y por otra parte, julio y agosto.

1.5. PRINCIPALES ZONAS O CENTROS DE CONSUMO DEL PRODUCTO.

Las principales zonas y centros de consumo están adscritas a los enclaves de los hoteles y polos turísticos del país, que se encuentran ubicados fundamentalmente en la ciudad de La Habana, Varadero y las cayerías, entre otros.

VI. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN

La cadena de comercialización y distribución del aceite de oliva está formada por el importador, que en este caso son las grandes corporaciones comercializadoras que manejan el mercado de las divisas y además por entidades mayoristas y minoristas hasta llegar al cliente final. El exportador nunca puede vender directamente a ninguna parte de la cadena que no sea al importador, ya que es el único que tiene licencia para realizar este tipo de actividad. El esquema del proceso de comercialización y distribución en el segmento del mercado interno en divisas del aceite de oliva es el siguiente:



No se tiene información sobre los márgenes de comercialización de cada eslabón de la cadena comercializadora y distribuidora.

VII. PRECIOS DE REFERENCIA – RETAIL Y MAYORISTA

Los precios del aceite de oliva observados en las tiendas en divisas son los siguientes:

MARCA	TIPO DE ACEITE	PAÍS	VOLUMEN	US\$
La Española	Aceite de oliva (botella)	España	500 ml	9,05
La Española	Extra Virgen (botella)	España	500 ml	9,20
La Española	Virgen Extra al Romero (botella)	España	500 ml	5,05
La Española	Virgen Extra a la Albahaca (botella)	España	500 ml	5,05
La Española	Extra Virgen (botella)	España	250 ml	4,90
Ybarra	Aceite de oliva (botella)	España	750 ml	11,40
Ybarra	Extra Virgen (botella)	España	750 ml	11,70
Ybarra	Aceite de oliva (lata)	España	500 ml	6,00
Ybarra	Extra Virgen (lata)	España	500 ml	6,05
Ybarra	Aceite de oliva (botella)	España	500 ml	8,00
Ybarra	Extra Virgen (botella)	España	500 ml	8,10
Ybarra	Aceite de oliva (botella)	España	250 ml	3,40-4,55
Ybarra	Extra Virgen (botella)	España	250 ml	3,40-4,60

Se desconocen los precios a los cuales se compra el producto.

VIII. ESTRATEGIAS Y CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN UTILIZADAS POR LA COMPETENCIA

En Cuba no se utilizan campañas ni amplia promoción para potenciar las ventas de un producto, dado que la difusión y publicidad es limitada. No obstante, se utilizan algunas herramientas para dar a conocer el producto o consolidarlo en el mercado a través de:

- Envío masivo de boletines vía correo por parte del trader que trae el producto a Cuba.
- Lanzamiento y degustaciones en el marco de la Fiesta Internacional del Vino y de la Feria Varadero Gourmet, por parte de las empresas españolas que desean introducir el aceite de oliva en el mercado cubano.
- Inserto promocional de la empresa comercializadora en la revista Excelencias Gourmet, única en su medio, con la oferta de productos. En el ejemplo que sigue, se coloca publicidad de la empresa española Vima Foods, donde el aceite de oliva se muestra como parte de su oferta:





...lo mejor






El GRUPO VIMA es un Grupo Empresarial dedicado a la producción, distribución y comercialización de productos alimenticios ultracongelados y en conserva.

Su objetivo prioritario es proveer a sectores tan importantes como la hotelería, la restauración, las cadenas de tiendas y de alimentación.

The VIMA GROUP is a Business Group dedicated to the production, distribution and commercialization of both frozen and non-frozen products.

We are committed to our customers' success and to helping them achieve their goals, maintaining outstanding service in the Retail and Food Service segments is our mission.







- ▣ PESCADOS Y PRODUCTOS DEL MAR
- ▣ PRECOCINADOS ULTRACONGELADOS
- ▣ ACEITES Y VINAGRES
- ▣ PANADERÍA Y PASTELERÍA
- ▣ CONSERVAS, ENCURTIDOS, ACEITUNAS, CONFITURAS Y SALSAS
- ▣ VEGETALES ULTRACONGELADOS
- ▣ LÁCTEOS

Vima World LTD Central - Edificio Torre de Cristal
C/ Enrique Marrón, 36 - 10.a Planta - 15009 La Coruña, España
Tel.: + (34) 981 228732 Fax: + (34) 981 227733

Vima en Cuba - Ctra. Berio, Km. 1 - La Habana, Cuba
Tel.: + (527) 795 9569 Fax: + (527) 795 9570 / E-mail: vima@vima.co.cu

www.vimafoods.com

IX. CARACTERÍSTICAS DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

	<p>Aceite de Oliva Aldaketa 1 litro</p>
	<p>Aceite de Oliva Loreto 1 litro</p>
	<p>Aceite de Oliva La Española 500 ml</p>

	<p>Aceite de Oliva La Española Virgen Extra 500 ml</p>
	<p>Aceite de Oliva La Española Virgen Extra 500 ml</p>
	<p>Aceite de Oliva La Española Virgen Extra, con diferentes especias y frutas (al romero, a la albahaca, a la guindilla, al ajo, al limón, etc.) 500 ml</p>
	<p>Aceite de Oliva Ybarra Virgen Extra 750 ml</p>

	<p>Aceite de Oliva Ybarra Virgen Extra 500 ml</p>
	<p>Aceite de Oliva Ybarra Virgen Extra 250 ml</p>
	<p>Aceite de oliva Ybarra 500 ml</p>

X. SUGERENCIAS Y RECOMENDACIONES

La demanda en el país de aceite de oliva continuará estando presente a largo plazo tanto para todo el mercado en divisas: tanto para la industria turística que necesita un suministro estable para el consumidor exigente, como para la venta en las cadenas de tiendas, con la apertura potencial de nuevos restaurantes privados. Es un aceite que no se puede producir localmente y constituye un producto gourmet que seguirá siendo requerido para el placer de paladares refinados o que lo asuman como parte de una alimentación saludable, sobre todo para el sector del turismo, que va en incremento notable.

Lo más importante para la penetración del mercado es primero conocerlo, ya que tiene características particulares: estructura, canales de comercialización, formas de negociar, mecanismos de pago, etc. Le sigue establecer relaciones con los importadores, esto permitirá conocer sus necesidades y requerimientos a corto plazo. Previa a cualquier negociación se demanda por el importador cubano la entrega de determinada documentación de la empresa, que avale su accionar en el mercado de origen e internacional con el objeto de autorizarla como suministrador, por eso es que es vital tener contacto sostenido con los compradores.

Adicionalmente, favorece a los suministradores que ofrezcan condiciones de financiamiento y precios competitivos, ante las disímiles ofertas que reciben los compradores. Recomendamos al suministrador chileno que explore todas las posibilidades para ofrecer sus productos en esas condiciones, buenos precios, calidad y financiamiento.

La Representación Comercial de la Embajada de Chile en Cuba es un punto de contacto importante para un primer acercamiento a los importadores.

XI. FERIAS Y EVENTOS LOCALES A REALIZARSE EN EL MERCADO EN RELACIÓN AL PRODUCTO

El evento más importante dentro de la esfera comercial para promocionar este producto en busca de iniciar negocios dentro del mercado cubano es la Feria Internacional de La Habana (FIHAV), que se realizará del 4 al 10 de noviembre. Este año tendrá su edición XXX y tiene lugar en su tradicional sede de EXPOCUBA en La Habana.

Esa edición contará con la presencia de un pabellón chileno, que tiene cupo disponibles para la participación. Si desea tener mayores antecedentes para participar podrá contactar a la Representación Comercial de ProChile en La Habana.

Información sobre la FIHAV: <http://www.cpalco.com>
 Contacto: pabexpo1@palco.cu / wilma@palco.cu

XII. FUENTES RELEVANTES DE INFORMACIÓN EN RELACIÓN AL PRODUCTO

1.1. DATOS DE CONTACTO DE EMPRESAS IMPORTADORAS DE ACEITE DE OLIVA

A.T COMERCIAL (Importa para el sector del turismo)

Sra. Bárbara Arañó Miclín
Especialista en Mercadotecnia
Teléfono: (53 7) 214 1159
E-mail: esp2mercado@atcomercial.co.cu

COMERCIALIZADORA ITH (Importa para el sector del turismo)

Sra. Marlen Rodríguez
Especialista en Mercadotecnia
Teléfono: (53 7) 831 0426 Ext. 5187
E-mail: marlen@ith.cu

HABAGUANEX S.A (Importa para su red hotelera ubicada en La Habana Vieja y para su cadena de tiendas en divisas)

Sra. Laura Peña
Departamento de Compras
Teléfono: (53 7) 860 8336
E-mail: jcompras@habaguanex.cu

COMERCIALIZADORA CARACOL (Importa para las tiendas de los hoteles y para su cadena de tiendas en divisas)

Sra. Karina Rodríguez
Directora de Compras de Alimentos
Teléfono: (53 7) 204 1458 Ext.720
E-mail: karina@caracol.cu

PALACIO DE CONVENCIONES (Importa su centro comercial, en muchos casos de exclusividad en productos)

Sra. Yamila González Saura
Especialista en compras
Teléfono: (53 7) 208 0132 Ext. 138
E-mail: yamilaglez@palco.cu

TRD CARIBE (Importa para su cadenas de tiendas)

Sra. Celia Fallarelo
Especialista en compras
Teléfono: (53 7) 201 2122
E-mail: celiafc@trdcaribe.co.cu

CORPORACIÓN CIMEX (Importa para su cadenas de tiendas)

Sr. Agustín González

Jefe del Grupo Alimentos

Teléfono: (53 7) 203 9117

E-mail: agusting@cimex.com.cu

1.2. PÁGINAS WEB PARA OBTENER MAYORES ANTECEDENTES DEL MERCADO

- Ministerio de Comercio Exterior de Cuba
<http://www.mincex.cu/>
- Centro para la Promoción del Comercio Exterior cubano
<http://www.cepec.cu/>
- Normas Cubanas Online
<http://www.nconline.cubaindustria.cu/>
- Oficina Nacional de Estadísticas de Cuba
<http://www.one.cu/>
- Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI)
<http://www.aladi.org/>

1.3. OFICINA DE PROCHILE EN LA HABANA

Representante Comercial: Srta. Yahima Rodríguez

Representación Comercial ProChile-La Habana

Embajada de Chile en Cuba

Teléfono: (53 7) 204 1222 Ext. 108

E-mail: yrodriguez@minrel.gov.cl

Dirección: Calle 33 No.1423 e/14 y 18, Miramar, Playa, Ciudad de La Habana

Documento Elaborado por: Yahima Rodríguez (yrodriguez@minrel.gov.cl)