



El Mercado del Aceite de Oliva en el Reino Unido

Marzo / 2018 Oficina Comercial en Londres



Las dificultades de competir en Europa/Posibles cambios post Brexit

La mayor limitación que enfrenta Chile para competir con su aceite de oliva en el Reino Unido es que, al ser un producto altamente producido en Europa (España, Italia, Grecia), su ingreso a la Unión Europea está restringido mediante aranceles, de manera de proteger la industria local. Los aranceles van entre los 122,6 y los 134,6 Euros por cada 100 kilos de aceite, dependiendo del formato de éste.

Tomando en cuenta que el Reino Unido ha tomado la decisión de dejar de ser parte de la Unión Europea, esta situación podría cambiar, sobre todo considerando que este país no produce aceite de oliva. De acuerdo a las negociaciones más recientes todo indicaría que en el corto plazo, las condiciones para el comercio con el Reino Unido no cambiarían.

Principales Países Proveedores.

En términos de valor los principales países son: España (67%), Italia (22%), Holanda (3%), Alemania (3%), Grecia (2%) y Francia (1%). Chile no exportó el 2017, y el último año en que hizo envíos fue el 2015, ocupando el lugar 21 en el ranking con un 0,02% de participación.

En términos de volumen la situación es levemente distinta: España (66%), Italia (18%) y Holanda (10%). Chile ocupó también el lugar 21 el 2015 con un 0,01% de participación.

Exportaciones chilenas.

Al revisar los niveles de exportaciones en valor desde Chile de los últimos ocho años, vemos que hubo un gran aumento entre 2010 y 2014 de 139% promedio anual, llegando ese año a estar en el lugar 15 entre los mayores exportadores. Este fenómeno se vio en contraposición con lo que ocurría con las exportaciones totales de este tipo de productos al Reino Unido, que mostraron una tendencia estable durante este periodo. El año 2015 hubo una gran caída de las exportaciones chilenas de aceite de oliva (-68%), para luego caer a cero en 2016 y 2017. En el mismo periodo las exportaciones totales al Reino Unido mostraron grandes aumentos. En volumen también la situación es muy similar, un poco menos pronunciada por el debilitamiento de la libra en el último tiempo.

Análisis y comentarios

El consumo, en volumen, de aceite de oliva ha mostrado un aumento consistente durante los últimos siete años en el Reino Unido, de acuerdo a los datos provistos por la aduana de este país. Viéndose en 2017 un aumento particularmente alto de 7%.

De acuerdo a información publicada por Abascal Comunicación, el mercado británico se ha vuelto cada vez más relevante, alcanzando una participación de mercado de 2,9% (en los años 90 alcanzaba solo un 1,9%). Lo que ha hecho que un cuarto del presupuesto de promoción del aceite de oliva europeo se destine al Reino Unido. La promoción ha resaltado las cualidades del aceite de oliva como producto saludable, por sobre otro tipo de aceites. Este aspecto es muy valorado por los consumidores británicos.

Pese a que el aceite de oliva ha penetrado en un buen número de hogares británicos, todavía su uso está restringido como un aceite fino para cocinar o para aderezo en ensaladas y no como un aceite de uso general.

En general, el aceite extra virgen se ocupa para las ensaladas, el aceite de oliva común se ocupa como ingrediente fino para freír, mientras que como ingrediente para freír de uso general, se ocupan otros aceites vegetales como el de maravilla.

Cabe destacar que los británicos tienen preferencias para el formato en que se comercializa el aceite de oliva, favoreciendo las botellas de vidrio por sobre las plásticas y en volúmenes entre 750 y 1.000 ml. Si bien cerca del 70% del aceite vendido en el Reino Unido, es español, los consumidores en general no saben que España es productor.

PRINCIPALES PAÍSES PROVEEDORES

	Total US\$ 2017	Crecimiento 2017 / 2016
España	188.271.224	22%
Italia	63.245.903	-1%
Holanda	9.072.959	1174%
Alemania	7.819.627	-30%
Grecia	6.146.468	-60%
Francia	2.791.131	7%
Irlanda	1.480.989	130%
Portugal	980.424	418%
Chile	0	N.A.
Otros	2.453.355	-32%
TOTAL	282.262.079	12%

Fuente: HM Revenue & Customs

La distribución y el consumo de aceite de oliva en Reino Unido

Los productores en países en desarrollo, cosechan y envían sus aceitunas a molinos donde se les extrae el aceite. Estos productores pueden trabajar de forma independiente o en agrupaciones (cooperativas o asociaciones). Esta actividad también puede estar integrada con la molienda.

FICHA DE MERCADO



En Europa, buena parte de la cosecha esté mecanizada, a diferencia de países menos desarrollados. Si bien la recolección a mano es más cuidadosa de los niveles de madurez y de evitar golpes en las aceitunas, también alarga el periodo entre recolección y procesamiento, lo que afecta la calidad del producto y aumenta los riesgos de contaminación.

El aceite virgen que es apto para consumo es empaquetado directamente luego de la extracción, por lo que algunos molinos tienen también sus propias instalaciones de empaquetado. Una vez terminado este proceso, el aceite está listo para ser exportado o consumido domésticamente.

Si el aceite es transportado en volumen, será almacenado en tanques o tambores, dependiendo de los requerimientos de los compradores. El aceite que no es apto para consumo, también puede ser vendido en volumen, para ser refinado en Europa. Alternativamente puede ser vendido a refinerías locales. La categoría conocida como Aceite de Oliva, comúnmente es una mezcla de distintas proporciones entre aceite refinado y virgen, mezcla que puede llevarse a cabo en una refinería.

El aceite, virgen o refinado, en volumen entra a Europa principalmente a través de dos canales:

- A través de vendedores intermediarios (importadores o corredores).
- Directamente a molinos, mezcladores o refinerías.

Ambos canales tienen sus beneficios. Para los proveedores chicos o nuevos puede ser conveniente entrar a través de intermediarios que cuentan con buenas redes de contactos. Por su lado, exportadores con grandes volúmenes, buena calidad o precios muy convenientes, pueden construir relaciones de más largo plazo con los mezcladores en Europa.

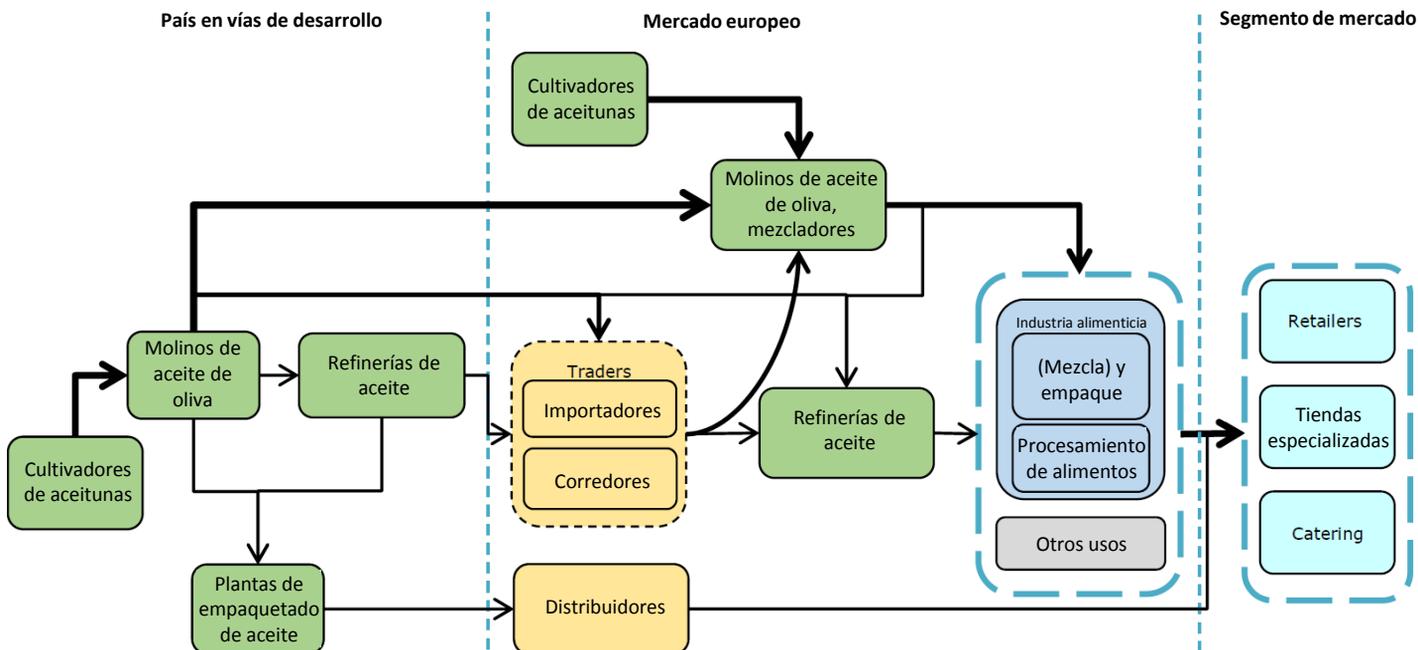
Los que necesitan refinado, pueden ser enviados a las refinerías directamente o a través de intermediarios. Una buena parte de los aceites exportados desde países en desarrollo llega a la Unión Europea pasando por molinos en España, Italia u otros países productores, directamente o a través de intermediarios, donde es mezclado con otros aceites locales y empaquetado o exportado para ser empaquetado en otros destinos en Europa.

El refinamiento puede llevarse a cabo en distintos países en Europa, para luego ser mezclado o enviado para mezcla en otros destinos.

El aceite también puede ser usado en la industria alimenticia para producir distintos tipos de productos (margarinas, snacks, comida enlatada, etc.)

La mayor parte de los aceites exportados listos para consumo final, llegan a través de intermediarios.

Otras industrias que demandan aceite de oliva incluyen: cosmética, farmacéutica, veterinaria, limpieza e higiene.



Fuente: CBI Ministry of Foreign Affairs

■ Marcas más presentes en el mercado

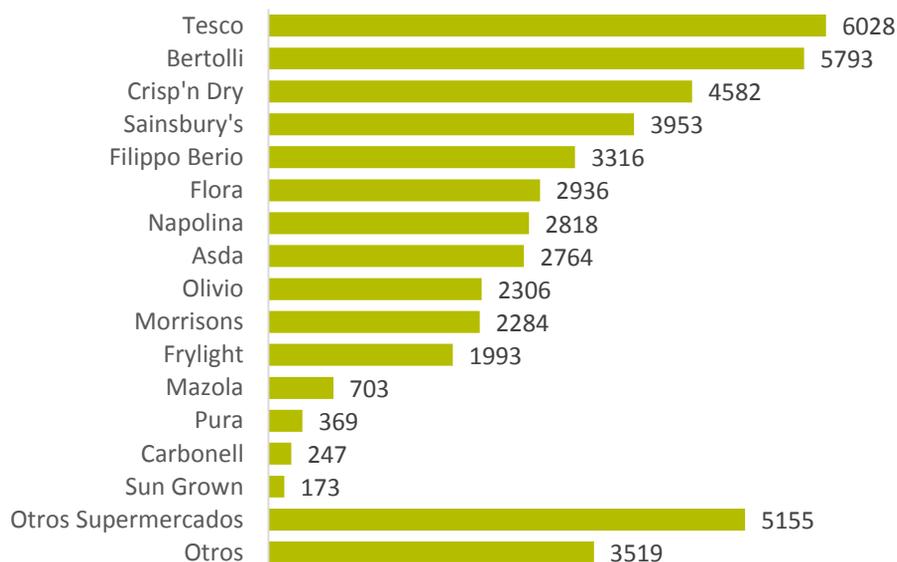
El siguiente gráfico nos muestra las principales marcas de aceites vegetales según número de usuarios para el año 2016 en el Reino Unido.

Esta imagen nos otorga ciertas luces acerca de la división por canales en el mercado, en el sentido que las marcas propias de los principales supermercados son las que dominan el consumo, destacando principalmente Tesco y Sainsbury's. En cuanto a marcas privadas, destacan Bertolli y Crisp'n Dry.



Cabe destacar que, si bien en el próximo gráfico se muestra el consumo de todo tipo de aceites vegetales, todas las marcas incluidas, salvo por Crisp 'n Dry y Pura, producen aceite de oliva.

Marcas de aceite para cocinar y para ensaladas según número de usuarios en el Reino Unido 2016 (miles de personas)



Fuente: Statista

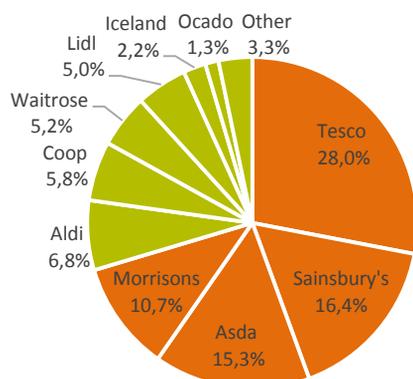
Principales actores en la distribución

Existen distintos tipos de supermercados, pero por lo general estos se refieren a un comercio minorista, con formato de autoservicio y caja registradora. En ellos es posible encontrar productos de distintas categorías, las cuales dependerán del tipo de supermercado. Estos pueden ser hipermercados, mini markets, mayoristas, o *discounters* (tiendas económicas).

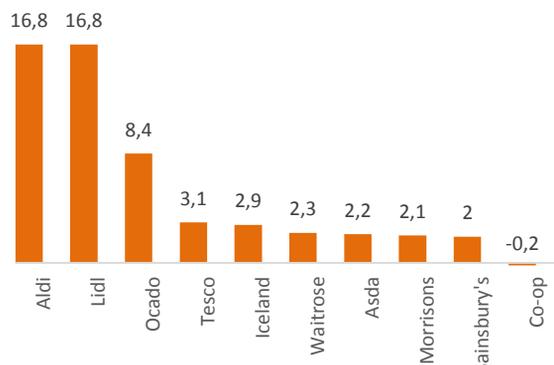
El mercado de minoristas o *retailers* se ha mantenido dominado por cuatro grandes cadenas de supermercados que localmente son llamadas las *Big Four* y que en conjunto concentraron el 70,4% del mercado las últimas 12 semanas terminadas en diciembre de 2017. Estas cadenas son Tesco (28% de participación de mercado), Sainsbury's (16,4%), Asda/Walmart (15,3%) y Morrisons (10,7%). Sin embargo, desde el 2010 se ha visto una disminución en la participación de mercado de estos cuatro grandes dado el ingreso y la penetración de cadenas denominadas *discounters* como Aldi y Lidl.

La entrada de los *discounters* ha generado una guerra de precios en el mercado guiada por el concepto de 'bajos precios todos los días' o *Every Day Low Price* (EDLP). Esto a su vez ha traído como consecuencia que Aldi y Lidl hayan aumentado su participación de mercado rápidamente desde 2010 a la fecha (en el caso de Aldi, su participación aumentó desde 1,9% hasta 6,8%). El otro segmento que ha mostrado un gran crecimiento es el de ventas online, siendo su principal representante Ocado.

Participación de mercado de las principales cadenas (2017)



Crecimiento de las principales cadenas (últimas 12 semanas hasta diciembre 2017)



Fuente: IGD



■ Principales actividades y ferias especializadas para el mercado de aceite de oliva

Ferias internacionales relevantes

- **The international food and drink event (IFE):** Principal feria de alimentos en Londres, con más de 29 mil visitantes de 108 países, 1.350 empresas y 57 países exhibiendo, además de compradores de las más importantes cadenas de retail del Reino Unido y otros países.

Fecha: 17 – 20 marzo 2019

Lugar: ExCel London, One Western Gateway, Royal Victoria Dock, E16 1XL, London, UK.

Sitio web: <http://www.ife.co.uk/>

- **Natural and Organic Products Europe:** corresponde a una de las la más importantes ferias de productos naturales y orgánicos de Europa. Se divide en cuatro categorías: “Natural beauty & spa”, “Natural food show”, “Natural health” y “Natural living”. Calzaría con categorías de aceite de precios más elevados.

Fecha: 22 - 23 abril 2018

Dirección: ExCel London, One Western Gateway, Royal Victoria Dock, E16 1XL, London, UK.

Página web: <http://www.naturalproducts.co.uk>

■ Normativas aplicables y requisitos importación.

Calidad:

Los requisitos mínimos que aplican para los productores de aceite de oliva a nivel mundial son definidos por la FAO en su estándar “Codex Alimentarius” para la categoría [“Norma para los aceites de oliva y aceites de orujo de oliva”](#). Estos estándares incluyen elementos sobre la composición y la calidad, incluyendo detalles sobre aditivos, contaminantes, higiene, empaquetado, características físicas y métodos de análisis, y muestreo para varios tipos de aceite.

El estándar de la industria para clasificar los tipos de aceite está establecido por los criterios definidos por el [Consejo Oleícola Internacional](#) (IOC), del cual Chile no es miembro, pero si lo es el Reino Unido. Las clasificaciones se definen en base a procesos productivos, acidez y sabor.

Pese a la definición de estos estándares, la Unión Europea también define ocho categorías en el [Commission Regulation \(EEC\) No 2568/91](#), que definen los niveles de calidad bajo los que el aceite debe ser vendido tomando como referente los estándares de la IOC.

Etiquetado:

Los requisitos de etiquetado para venta en volumen en la Unión Europea incluyen:

- Asegurar trazabilidad de cada lote exportado.
- La información debe ser en inglés a menos que el importador pida algo distinto.
- Las etiquetas deben incluir al menos:
 - Nombre y categoría del producto.
 - Código del lote.
 - Una declaración diciendo que el aceite es destinado para uso en productos alimenticios.
 - Nombre y dirección del exportador.
 - Fecha de expiración (mejor consumir antes de).
 - Peso neto.
 - Condiciones de almacenaje recomendadas.
 - Decir Orgánico (si aplica), incluyendo el nombre/código del certificador y el número de certificación.

En el caso de productos empaquetados para uso final, aplica la [Commission Implementing Regulation \(EU\) No. 29/2012](#), sumado al reglamento de requisitos mínimos de información en alimentos [Regulation \(EU\) No. 1169/2011](#).

Se requiere al menos:

- Nombre y categoría del producto.
- Denominación de origen (para ciertas categorías).
- Atributos (opcionales).
- Ingredientes.
- Cantidad/categoría de ingredientes.
- Cantidad neta.
- Durabilidad.
- Condiciones de almacenaje.
- Sustancias alergénicas.
- Nombre de la empresa y dirección.
- Instrucciones de uso.
- El logo de producto orgánico de la Unión Europea (si aplica). Cumplir con los requerimiento europeos para esto.



Documentación:

Los importadores por lo general requerirán de la siguiente documentación:

- Certificado de análisis.
- Hoja de datos técnicos (TDS).
- Hoja con datos sobre condiciones de seguridad de los materiales (MSDS).
- Certificado de origen.
- Declaración de alérgenos.
- Declaración CMR (no carcinógeno, muta génico o tóxico).
- Declaración libre de contaminantes.
- Declaración libre de gluten.
- Declaración de metales pesados.
- Declaración de no nano partículas.
- Declaración Fairtrade u Orgánica (si aplica).

Envasado:

El aceite debe venir en envases para consumo final de un máximo de 5 litros. Debe tener un sistema de apertura que no permita ser sellado una vez abierto y debe ser etiquetado como se describió anteriormente.

Conclusiones

Como conclusión podemos afirmar que el Reino Unido es un mercado que aún tiene mucho potencial para el aceite de oliva, por un lado por las tasas de crecimiento que su consumo ha mostrado en los últimos años, tendencia que no muestra buenas razones para cambiar. Por otro lado, sin embargo, el consumo de aceite de oliva aún tiene un uso sofisticado y no ha llegado a ser un producto de uso realmente masivo (para cocinar diariamente aun se usan otros tipos de aceite), lo que evidencia un importante potencial de crecimiento.

En el caso del aceite chileno, creemos que hay oportunidades de entrar en el mercado, sobre todo para las categorías más premium, en que los efectos del arancel se diluyen en los altos precios. Adicionalmente, creemos que en el largo plazo, luego de que se finalice el proceso del Brexit, podrían verse nuevas oportunidades con un eventual tratamiento tributario más beneficioso para este producto.

*Para más información sobre la categoría de **aceite de oliva** en Reino Unido o para participar en alguna de estas actividades por favor comuníquese con Santiago Lecaros al e mail slecaros@prochile.gob.cl*