

2021

Perfil Mercado:

Aceitunas Preparadas a Wellington, Nueva Zelanda



ADEX



Ministerio de Relaciones Exteriores

**PROGRAMA DE ESPECIALIZACIÓN EN INTELIGENCIA COMERCIAL Y ANÁLISIS DE
MERCADOS INTERNACIONALES MRE-ADEX 2020**

PERFIL DE MERCADO

ACEITUNAS PREPARADAS A NUEVA ZELANDA

EMBAJADA DEL PERÚ EN NUEVA ZELANDA

PRIMER SECRETARIO FRANCISCO BERNINZON ARELLANO

MARZO DE 2021

Índice

| | |
|---|----|
| RESUMEN EJECUTIVO | 5 |
| 1. Capítulo 1: Análisis del producto | 7 |
| 1.1. Descripción del producto | 7 |
| 1.2. Partida arancelaria | 8 |
| 1.3. FODA del producto exportador..... | 9 |
| 1.4. Competidores en el mercado local y objetivo | 10 |
| 2. Capítulo 2: Panorama Nacional..... | 12 |
| 2.1. Oferta exportable peruana del producto..... | 12 |
| 2.2. Exportaciones peruanas del producto al mundo (Valor FOB, peso neto y precio promedio FOB). Últimos 5 años..... | 14 |
| 2.3. Principales 10 mercados de destino del producto (Valor FOB, peso neto y precio promedio FOB). Últimos 5 años | 16 |
| 2.4. Principales 10 empresas exportadoras peruanas del producto (Valor FOB, peso neto y precio promedio FOB). Últimos 5 años..... | 20 |
| 3. Capítulo 3: Panorama Internacional | 24 |
| 3.1. Principales 10 productores mundiales del producto. Últimos cinco años..... | 24 |
| 3.2. Principales 10 importadores mundiales del producto. Últimos cinco años | 25 |
| 3.3. Principales 10 exportadores mundiales del producto. Últimos cinco años..... | 28 |
| 3.4. Principales 10 proveedores mundiales del producto del mercado de destino, Nueva Zelanda. Últimos 5 años..... | 29 |
| 4. Capítulo 4: Mercado Potencial..... | 32 |
| 4.1. Tendencias generales del mercado y consumidor..... | 32 |
| 4.2. Acceso al mercado | 34 |
| 4.2.1. Barreras arancelarias | 34 |
| 4.2.2. Barreras no arancelarias legales / voluntarias..... | 34 |
| 4.3. Packaging (empaque y etiquetado) | 38 |
| 4.3.1. Tipo de empaque | 38 |
| 4.3.2. Requisitos de etiquetado, protección y utilización..... | 38 |
| 4.4. Canales de comercialización | 40 |
| 4.5. Precio (evaluación de precios en el mercado de destino) | 41 |
| 4.6. Promoción..... | 43 |
| 4.6.1. Directa (ferias)..... | 43 |
| 4.6.2. Indirecta (e-commerce, market place) | 45 |
| 4.7. Clientes potenciales | 46 |
| 5. Capítulo 5: Conclusiones..... | 47 |

| | |
|---|----|
| 6. Capítulo 6: Recomendaciones..... | 49 |
| 7. Bibliografía, Referencias y Fuentes consultadas..... | 51 |

RESUMEN EJECUTIVO

El presente documento tiene por objeto brindar información consolidada sobre diversos aspectos del contexto, potencialidades, condiciones y requisitos que deben ser considerados para la exportación de aceitunas peruanas “preparadas o conservadas en vinagre o ácido acético” al mercado neozelandés, con el propósito de fomentar el incremento de las exportaciones de dicho producto a Nueva Zelanda.

El Perú es un país productor de aceitunas y viene exportando aceitunas, preparadas o conservadas en vinagre o ácido acético a distintos destinos, principalmente a los Estados Unidos, y también a Australia, mercado muy próximo a Nueva Zelanda.

Si bien los principales productores de aceitunas en el mundo se encuentran en el continente europeo, los principales proveedores del producto a Nueva Zelanda, como se podrá apreciar en el presente documento, son Australia, China e India, es decir, países que están ubicados en lugares más próximos a Nueva Zelanda.

En cuanto a preferencias y hábitos de consumo, se observa una tendencia, en los últimos años, en Nueva Zelanda, hacia el consumo de alimentos no alérgenos, de bajas calorías, libres de gluten y saludables. En esa línea, se puede observar también que algunos países de la región y del continente asiático, como Australia, Japón y China han experimentado una nueva fuente de demanda de aceitunas de mesa, debido a la cultura de rellenos y toppings de aceitunas, como en la cocina Mediterránea. Ello va en línea con un incremento en la demanda global de aceitunas de mesa como snacks.

A finales del año 2018 el Perú reabrió su Embajada residente en Wellington, Nueva Zelanda. Asimismo, en febrero de ese año se estableció la Oficina de Comercio Exterior (OCEX) del Mincetur, en Sídney, Australia, con competencia en Nueva Zelanda.

Ambos casos representan un claro interés de nuestro país por promocionar activamente el comercio con la región y una oportunidad para fomentar el incremento de las exportaciones de aceitunas a ese país, mediante el apoyo a los exportadores peruanos, así como la promoción del producto en ese mercado, a través de la participación en ferias, roadshows, entre otras alternativas.

Finalmente, en el presente documento se concluye que podría resultar recomendable elaborar una estrategia, en coordinación con el Ministerio de Relaciones Exteriores y el Mincetur para incrementar las exportaciones del producto a Nueva Zelanda considerando las oportunidades que representan la presencia de ambas instituciones en la región, a través de la Embajada del Perú en Wellington y la

OCEX Sydney. En ese contexto se debe considerar, asimismo, los beneficios que se puedan derivar del CPTPP, acuerdo en proceso de ser ratificado por el Perú.

Wellington, 14 de marzo de 2021.

1. Capítulo 1: Análisis del producto

1.1. Descripción del producto

Producto: Aceitunas preparadas o conservadas, sin congelar.

Descripción arancelaria: Aceitunas, preparadas o conservadas (exc. en vinagre o ácido acético).

Descripción del producto:

- Descripción Comercial: Aceitunas negras en mitades en salmuera en bidones.
- Necesidad que cubre el producto: Las aceitunas tienen un alto contenido de vitamina E y otros antioxidantes. Estudios las consideran buenas para el corazón y que pueden brindar protección contra la osteoporosis y el cáncer.

Fuente: <https://www.healthline.com/nutrition/foods/olives> .

- Aspectos tangibles: Normalmente envasadas deshuesadas, en empaques de entre 150 y 250 gramos.
- Imágenes referenciales del producto:



1.2. Partida arancelaria

País de origen: Perú.

Partida Arancelaria: 2005.70.00.00 - Aceitunas preparadas o conservadas, sin congelar.

Subpartida arancelaria: 2001.90.10.00 - Aceitunas, preparados o conservados en vinagre o ácido acético.

| | |
|--------------------------|---|
| Partida Arancelaria: | 2001.90.10.00 |
| Descripción Arancelaria: | Aceitunas, preparados o conservados en vinagre o ácido acético. |

Figura 1: Partida Arancelaria en País de origen

Fuente: www.siicex.gob.pe

Elaboración: Propia

País de Destino: Nueva Zelanda.

| | |
|-----------------------------|---|
| Partida Arancelaria: | 2001.90.01 |
| Descripción Arancelaria: | Vegetables, fruit, nuts and other edible parts of plants, prepared or preserved by vinegar or acetic acid (excl. cucumbers and gherkins): Other vegetables, fruit and nuts. |
| Arancel NMF | 5% |
| Arancel Preferencial a Perú | 4% |

Figura 2: Partida Arancelaria en País de destino

Fuente: www.macmap.org

Elaboración: Propia

1.3. FODA del producto exportador

| | FORTALEZAS - F | DEBILIDADES - D |
|---|--|--|
| | <p>F1 - Buena calidad del producto peruano.</p> <p>F2 - Disponibilidad del producto con óptimo proceso de maduración.</p> <p>F3 - Alto rendimiento de las plantaciones.</p> | <p>D1 - Falta de promoción del Perú como proveedor de alimentos, en especial en Oceanía.</p> <p>D2 - Insuficiente conocimiento de hábitos de consumo en mercados internacionales.</p> <p>D3 - Bajo nivel de competitividad en materia logística en el Perú.</p> |
| OPORTUNIDADES - O | ESTRATEGIAS - FO | ESTRATEGIAS – DO |
| <p>O1 - El producto viene siendo exportado a Australia, mercado próximo y vinculado al neozelandés.</p> <p>O2 - Presencia (reapertura) de la Embajada del Perú en Wellington y de la OCEX en Sídney.</p> <p>O3 - Creciente interés de Nueva Zelanda por los mercados y productos de América Latina.</p> <p>O4 – CPTPP próximo a ser ratificado por el Perú.</p> | <p>O1F1 - Identificar nichos en el mercado local.</p> <p>O2F2 - Promover el producto enfatizando su alta calidad y diferencias respecto de los productos competidores.</p> <p>O3F3 – Generar conexiones y confianza en el mercado local respecto de los exportadores y productos peruanos.</p> | <p>O1D1 – Promover el producto en el mercado de destino enfatizando su alta calidad.</p> <p>O2D2 - Analizar y elaborar reportes sobre hábitos de consumo en mercado de destino.</p> <p>O3D3 – Promover al Perú en la región como proveedor de alimentos de alta calidad.</p> |

| AMENAZAS - A | ESTRATEGIAS - FA | ESTRATEGIAS - DA |
|--|---|--|
| A1 – Poco conocimiento y confianza de Nueva Zelanda en el mercado peruano y viceversa. | A1F1 - Promover el producto enfatizando su alta calidad. | A1D1 - Generar confianza mutua entre exportadores peruanos e importadores neozelandeses. |
| A2 - Alta presencia de productores locales de aceitunas. | A2F2 - Promover el producto enfatizando sus diferencias respecto de los productos competidores. | A2D2 – Generar conocimiento sobre los hábitos de consumo y posibles tendencias en el mercado de destino. |
| A3 – Incremento de fletes por la pandemia. | A3F3 – Generar mayor competitividad en el mercado peruano. | A3D3 - Diferenciar el producto peruano frente a los productos competidores. |

1.4. Competidores en el mercado local y objetivo

Competidores en el Mercado Local

| Imagen Referencial | Marca | Precio | Certificados | Peso (para alimentos) | Fuente |
|---|-------------------------|--------|--------------|-----------------------|--|
|  | Doña Isabel | N/D | N/D | 15 oz | http://www.donaisabel.com/ |
| N/D | Peru Food Import S.A.C. | N/D | N/D | N/D | http://www.adexdatatrade.com https://www.siicex.gob.pe |
|  | Olivalle | N/D | N/D | 370gr | https://www.agronobex.com/ |

| | | | | | |
|---|---------------------------------------|---------|-----|-------|--|
|  | Olivalle | N/D | N/D | 580gr | https://www.agronobex.com/ |
|  | Olivalle | S/ 2.10 | N/D | 160gr | www.vivanda.com.pe |
|  | Olivalle | S/ 2.50 | N/D | 180gr | www.metro.pe |
| N/D | Interamsa Agroindustrial S.A.C. | N/D | N/D | N/D | http://www.adexdatatrade.com https://www.siicex.gob.pe/siicex |



Figura 3: Competidores Mercado Local

Fuente: <http://www.adexdatatrade.com>

<https://www.siicex.gob.pe/siicex>

Elaboración: Propia

Competidores en el Mercado Objetivo

| Imagen Referencial | Marca | Precio | Certificados | Peso | Fuente |
|---|-----------|-----------------------------|--------------|-----------------|--|
|  | Sunfood | NZD 31.55 NZD 3.94/Oz | N/D | 8 oz (227gr) | https://nz.iherb.com https://www.sunfood.com/ |
|  | Number 29 | NZD 13.50 | N/D | 300gr | https://www.taylorboutique.co.nz |

| | | | | | |
|---|-----------------|-----------|-----|-------|---|
|  | Bella Cerignola | NZD 70.00 | N/D | 4.2kg | https://themarket.com/nz |
|  | Lady Chef | NZD 40.00 | N/D | 4.2kg | https://themarket.com/nz |
|  | Countdown | NZD 3.00 | N/D | 450gr | https://shop.countdown.co.nz |

Figura 4: Competidores Mercado Internacional

Fuente: Ver cada producto.

Elaboración: Propia

2. Capítulo 2: Panorama Nacional

2.1. Oferta exportable peruana del producto.

Se muestra en la tabla a continuación información sobre la producción nacional de aceitunas entre los años 2015 y 2019 en el Perú, en toneladas por cada año.

Tabla 1

Producción Nacional de aceitunas, 2015 – 2019 / Toneladas

| | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|----------------------------------|--------|--------|--------|---------|---------|
| Producción Nacional Perú (Tn) | 38,427 | 56,157 | 80,349 | 188,982 | 190,986 |

Fuente: FAO Stats.

Elaboración: Propia

Principales seis Regiones productoras de aceitunas del Perú. -

Se muestra a continuación una imagen con información sobre las seis principales Regiones del país con producción de aceitunas, durante el año 2017.

Producción y Exportación ACEITUNAS - 2017



Figura 5: Principales 6 zonas de producción de aceitunas, 2017 / Toneladas
Fuente: Dirección Regional de Tacna - Agritacna

Calendario de cosechas de aceitunas – Perú.

Se muestra a continuación el calendario de cosechas de aceitunas en el Perú, así como la distribución por Regiones o Departamentos.

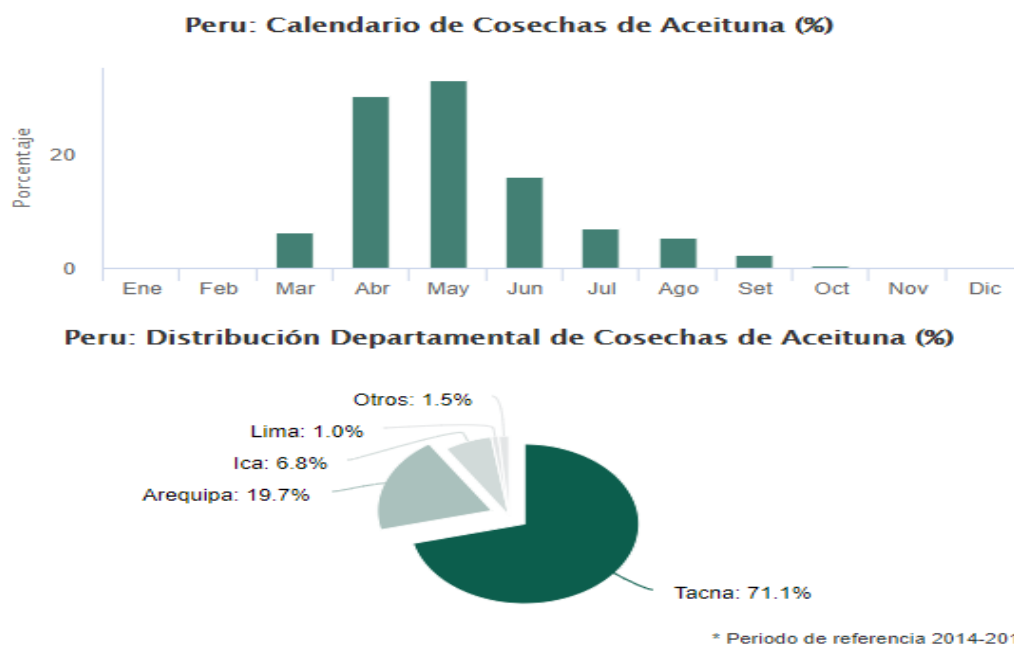


Figura 6: Calendario y Distribución Departamental de cosechas de aceitunas, 2014 – 2019
Fuente: Minagri. - Sistema Integrado de Estadística Agraria – SIEA

Rendimiento de cosechas de aceitunas a nivel nacional, 2014 – 2019.-

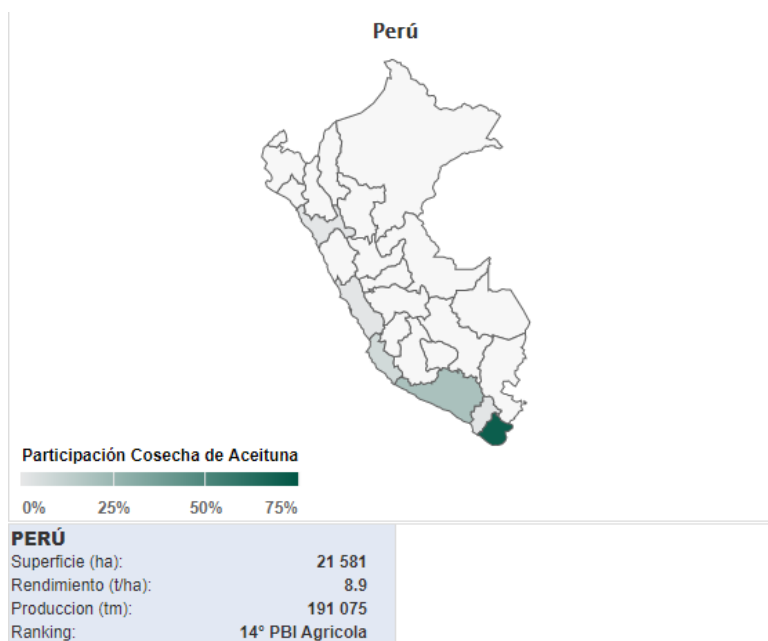


Figura 7: Producción y rendimiento de cosechas de aceitunas a nivel nacional, 2014 – 2019

Fuente: Minagri. - Sistema Integrado de Estadística Agraria – SIEA

Elaboración: Propia

Comentario: La producción de aceitunas se concentra principalmente en la costa peruana, en las Regiones de Tacna, Ica, Arequipa, Lima, La Libertad y Moquegua. Según información sobre la producción de dicho producto en el año 2017, Tacna concentra la gran mayoría de dicha producción, con el 86,54%, seguida por Ica con el 7.56%. Asimismo, entre los años 2014 y 2019, en promedio, la producción la lideró Tacna, con el 71.1%, seguida de Arequipa (19.7%), Ica (6.8%) y Lima (1%). La aceituna se cosecha entre los meses de marzo y octubre, teniendo mayor productividad durante los meses de abril a junio y menor productividad durante setiembre y octubre.

2.2. Exportaciones peruanas del producto al mundo (Valor FOB, peso neto y precio promedio FOB). Últimos 5 años.

En la tabla y gráficos a continuación se muestra la evolución de las exportaciones de aceitunas, preparadas o conservadas en vinagre o ácido acético en valor, peso y precio promedio entre los años 2016 y 2020.

Tabla 2

Exportaciones Totales del Perú al Mundo de la S.P.N: 2001.90.10.00, aceitunas, preparados o conservados en vinagre o ácido acético / 2016 - 2020, expresado en Valor FOB (miles US\$), Peso neto (Tn) y Precio Promedio (US\$/Tn)

| | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
|---------------------------|------|------|------|------|------|
| Valor FOB (miles US\$) | 359 | 351 | 723 | 530 | 369 |
| Peso Neto (Tn) | 131 | 137 | 261 | 235 | 157 |
| Precio promedio (US\$/Tn) | 2.73 | 2.55 | 2.77 | 2.26 | 2.35 |

Fuente: ADT
Elaboración: Propia

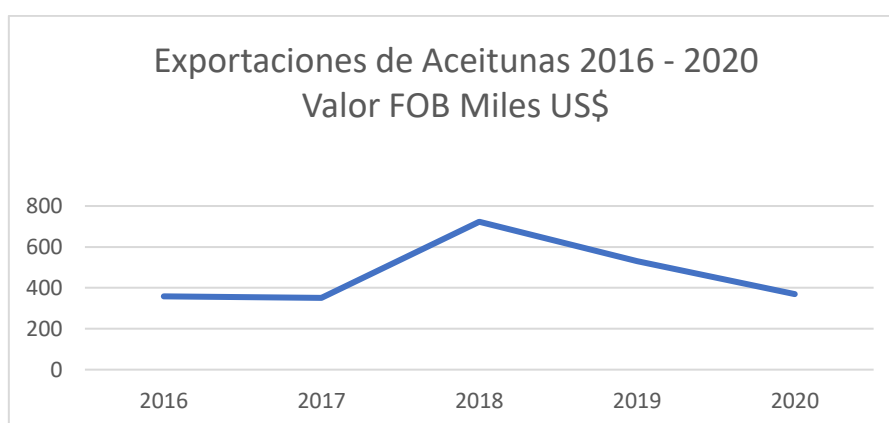


Figura 8: Exportaciones Totales del Perú al Mundo de la S.P.N: 2001.90.10.00, aceitunas, preparados o conservados en vinagre o ácido acético / 2016 - 2020, expresado en Valor FOB (miles US\$)

Fuente: ADT
Elaboración: Propia



Figura 9: Exportaciones Totales del Perú al Mundo de la S.P.N: 2001.90.10.00, aceitunas, preparados o conservados en vinagre o ácido acético / 2016 - 2020, expresado en Peso Neto (Tn)

Fuente: ADT
Elaboración: Propia

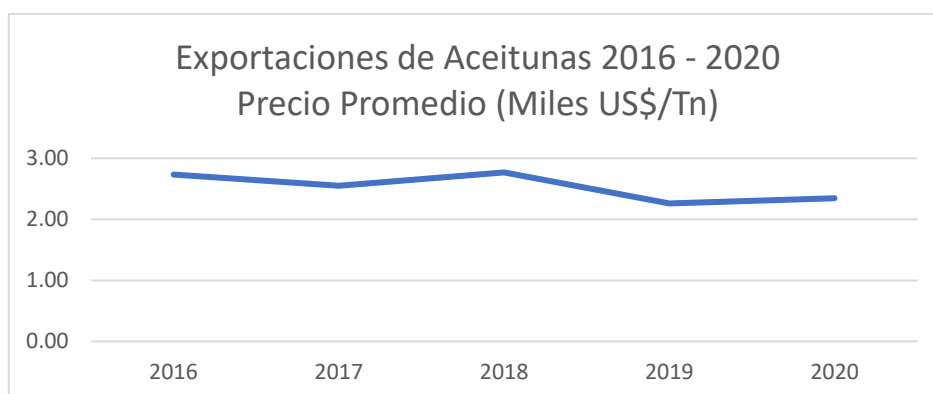


Figura 10: Exportaciones Totales del Perú al Mundo de la S.P.N: 2001.90.10.00, aceitunas, preparados o conservados en vinagre o ácido acético / 2016 - 2020, expresado en Precio Promedio (Miles US\$/Tn)

Fuente: ADT

Elaboración: Propia

Comentario: Tanto en valor FOB como en Peso Neto las exportaciones de aceitunas del Perú se mantuvieron relativamente constantes entre los años 2016 y 2017, e incrementaron en un 205.9% (valor FOB) y 190.5% (Peso Neto) entre los años 2017 y 2018. Entre los años 2018 y 2020, disminuyeron ambos valores a niveles similares a los del año 2016. En cuanto al precio promedio, en el año 2020 éste es 13.9% menor que en el año 2016.

2.3. Principales 10 mercados de destino del producto (Valor FOB, peso neto y precio promedio FOB). Últimos 5 años.

A continuación, se muestra tablas estadísticas de los últimos cinco años de exportaciones del Perú de la S.P.N. 2001.90.10.00, aceitunas, preparadas o conservadas en vinagre o ácido acético, a los principales diez mercados de destino.

Tabla 3

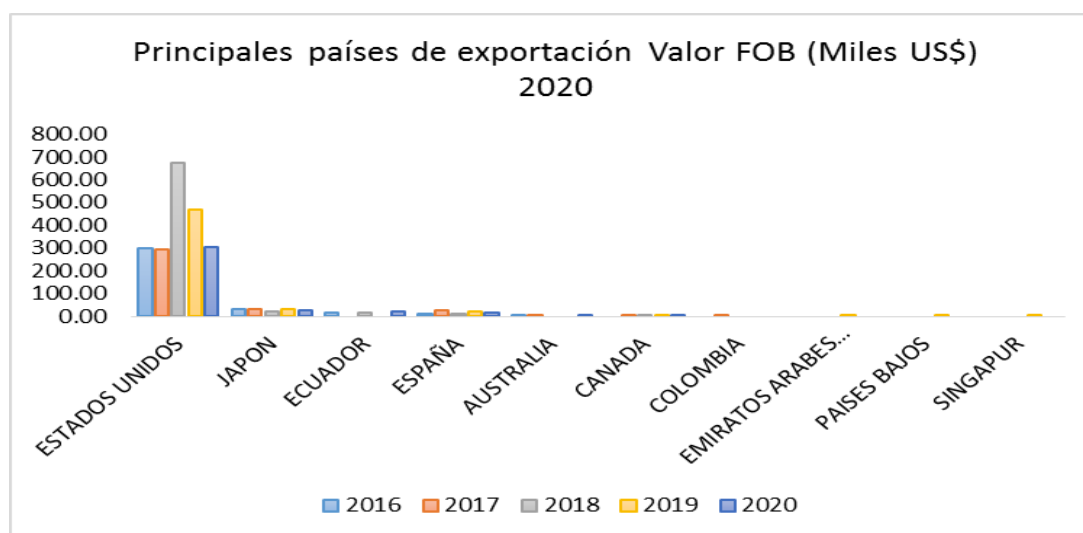
Principales diez mercados de exportación del Perú de la S.P.N. 2001.90.10.00, aceitunas, preparados o conservados en vinagre o ácido acético / 2016 – 2020, en valor FOB (US\$)

| Nº | País | Valor FOB (Miles US\$) | | | | | Part.% 2020 |
|----|------------------------|------------------------|--------|--------|--------|--------|-------------|
| | | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | |
| | TOTAL | 358.82 | 350.79 | 722.98 | 530.25 | 369.40 | 1.00 |
| 1 | ESTADOS UNIDOS | 299.06 | 292.95 | 676.77 | 471.16 | 306.07 | 0.83 |
| 2 | JAPON | 31.52 | 30.36 | 21.44 | 33.06 | 26.09 | 0.07 |
| 3 | ECUADOR | 15.73 | 0.00 | 13.64 | 0.00 | 19.90 | 0.05 |
| 4 | ESPAÑA | 10.89 | 23.82 | 9.58 | 18.55 | 13.78 | 0.04 |
| 5 | AUSTRALIA | 1.19 | 0.74 | 0.00 | 0.00 | 2.40 | 0.01 |
| 6 | CANADA | 0.00 | 1.55 | 1.55 | 3.09 | 1.16 | 0.00 |
| 7 | COLOMBIA | 0.00 | 0.70 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| 8 | EMIRATOS ARABES UNIDOS | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.01 | 0.00 | 0.00 |
| 9 | PAISES BAJOS | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 4.37 | 0.00 | 0.00 |
| 10 | SINGAPUR | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.02 | 0.00 | 0.00 |

Fuente: ADT

Elaboración: Propia

Gráfico 1. Principales diez mercados de exportación del Perú de la S.P.N. 2001.90.10.00, aceitunas, preparados o conservados en vinagre o ácido acético / 2016 – 2020, en valor FOB (US\$)



Fuente: ADT

Elaboración: Propia

Comentario: En valor FOB, el principal mercado de exportaciones de aceitunas peruanas es los Estados Unidos de América. Desde el año 2016 hasta el año 2020 dicho mercado ha concentrado entre el 83% (año 2020) y el 93.6% (año 2018) de dichas exportaciones. El segundo mercado de destino de aceitunas peruanas es Japón, desde el año 2016 hasta el 2020, concentrando el 7% de dichas exportaciones en el año 2020. Siguen Ecuador, España y Australia, con el 5%, 4% y 1%, respectivamente, en el 2020. Si bien Canadá, Colombia, Emiratos Árabes Unidos, Países Bajos y Singapur figuran entre los diez principales mercados de destino de aceitunas peruanas, éstos no serían muy representativos frente a los anteriores.

Tabla 4

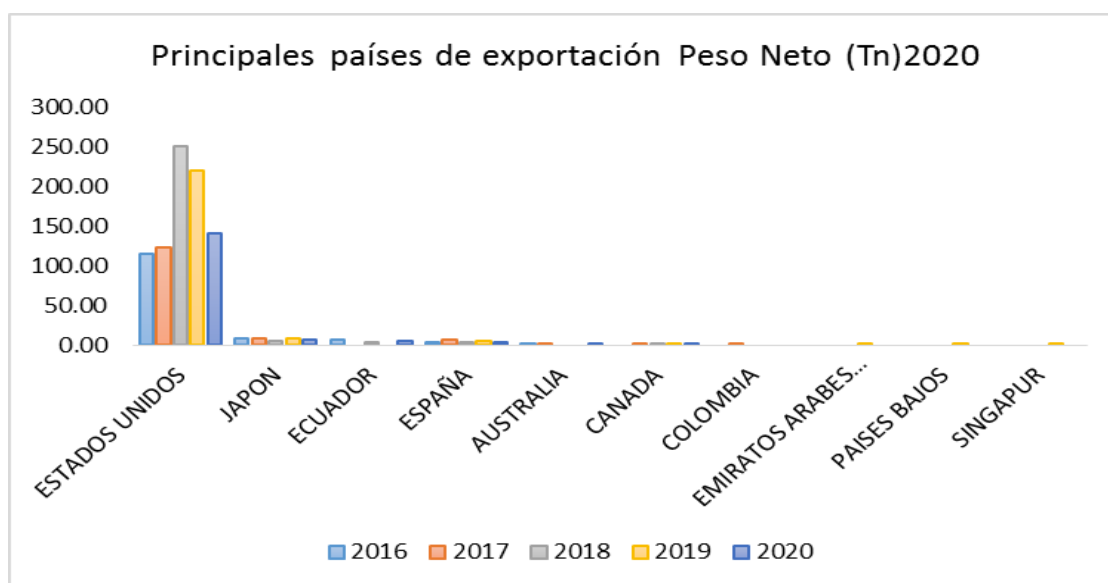
Principales 10 mercados de exportación del Perú de la S.P.N. 2001.90.10.00, aceitunas, preparados o conservados en vinagre o ácido acético / 2016 – 2020, en Peso Neto (Tn).

| Nº | País | Peso Neto (Tn) | | | | | Part.% 2020 |
|----|------------------------|----------------|--------|--------|--------|--------|-------------|
| | | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | |
| | TOTAL | 131.34 | 137.41 | 261.06 | 234.54 | 157.41 | 100.0% |
| 1 | ESTADOS UNIDOS | 114.07 | 122.13 | 250.02 | 219.58 | 141.10 | 89.64% |
| 2 | JAPON | 7.78 | 7.50 | 5.56 | 8.02 | 6.17 | 3.92% |
| 3 | ECUADOR | 6.20 | 0.00 | 2.55 | 0.00 | 5.49 | 3.49% |
| 4 | ESPAÑA | 2.89 | 6.85 | 2.55 | 4.93 | 3.68 | 2.34% |
| 5 | AUSTRALIA | 0.33 | 0.21 | 0.00 | 0.00 | 0.68 | 0.43% |
| 6 | CANADA | 0.00 | 0.38 | 0.38 | 0.75 | 0.29 | 0.18% |
| 7 | COLOMBIA | 0.00 | 0.19 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.0% |
| 8 | EMIRATOS ARABES UNIDOS | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.01 | 0.00 | 0.0% |
| 9 | PAISES BAJOS | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 1.25 | 0.00 | 0.0% |
| 10 | SINGAPUR | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.0% |

Fuente: ADT

Elaboración: Propia

Gráfico 2. Principales 10 mercados de exportación del Perú de la S.P.N. 2001.90.10.00, aceitunas, preparados o conservados en vinagre o ácido acético / 2016 – 2020, en Peso Neto (Tn).



Fuente: ADT

Elaboración: Propia

Comentario: En Peso Neto, el principal mercado de exportaciones de aceitunas peruanas también es los Estados Unidos de América. Desde el año 2016 hasta el año 2020 dicho mercado ha concentrado entre el 86.85% (año 2016) y el 95.77% (año 2018) de dichas exportaciones. El segundo mercado de destino de aceitunas peruanas es Japón, desde el año 2016 hasta el 2020, concentrando el 3.92%

dichas exportaciones en el año 2020. Siguen Ecuador, España, Australia y Canadá, con el 3.49%, 2.34%, 0.43% y 0.18%, respectivamente, en el 2020. Si bien Colombia, Emiratos Árabes Unidos, Países Bajos y Singapur figuran entre los diez principales mercados de destino de aceitunas peruanas, éstos no serían muy representativos frente a los anteriores.

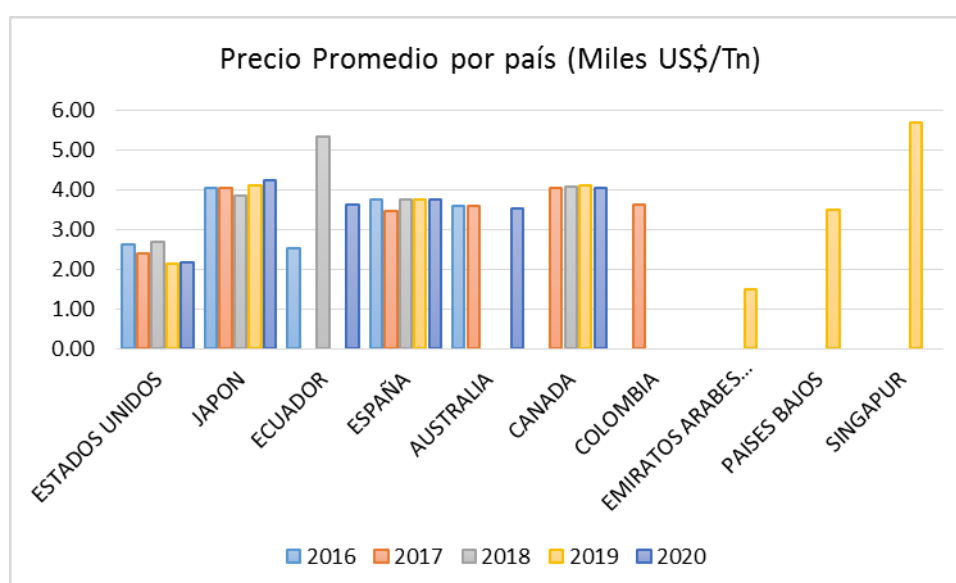
Tabla 5

Principales 10 mercados de exportación del Perú de la S.P.N. 2001.90.10.00, aceitunas, preparados o conservados en vinagre o ácido acético / 2016 – 2020, en Precio Promedio FOB (Miles US\$/Tn)

| Precio Promedio FOB (Miles US\$/Tn) | | | | | | |
|-------------------------------------|-------------|------|------|------|------|------|
| Nº | País | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
| | TOTAL | 2.73 | 2.55 | 2.77 | 2.26 | 2.35 |
| 1 | ESTADOS UN | 2.62 | 2.4 | 2.71 | 2.15 | 2.17 |
| 2 | JAPON | 4.05 | 4.05 | 3.86 | 4.12 | 4.23 |
| 3 | ECUADOR | 2.54 | 0 | 5.34 | 0 | 3.63 |
| 4 | ESPAÑA | 3.76 | 3.48 | 3.76 | 3.76 | 3.74 |
| 5 | AUSTRALIA | 3.58 | 3.6 | 0 | 0 | 3.52 |
| 6 | CANADA | 0 | 4.05 | 4.07 | 4.11 | 4.04 |
| 7 | COLOMBIA | 0 | 3.62 | 0 | 0 | 0 |
| 8 | EMIRATOS A | 0 | 0 | 0 | 1.51 | 0 |
| 9 | PAISES BAJO | 0 | 0 | 0 | 3.49 | 0 |
| 10 | SINGAPUR | 0 | 0 | 0 | 5.71 | 0 |

Fuente: ADT
Elaboración: Propia

Gráfico 3. Principales 10 mercados de exportación del Perú de la S.P.N. 2001.90.10.00, aceitunas, preparados o conservados en vinagre o ácido acético / 2016 – 2020, en Precio Promedio (Miles US\$/Tn)



Fuente: ADT
Elaboración: Propia

Comentario: Como puede notarse en la tabla, las exportaciones de aceitunas a los Estados Unidos se han mantenido por debajo del precio promedio total en todos los años desde el 2016 hasta el 2020, siendo éste el único caso. En el caso de Japón, el precio promedio ha oscilado entre el 140% y el 180% del precio promedio total cada año durante ese período.

Se incluye a continuación un mapa con el detalle de los principales mercados de destino de las exportaciones de aceitunas del Perú.



Figura 11: Principales Importadores Mundiales de la S.P.N. 2001.90.10.00 en miles de dólares americanos en el año 2019
Fuente: Trade Map

2.4. Principales 10 empresas exportadoras peruanas del producto (Valor FOB, peso neto y precio promedio FOB). Últimos 5 años

A continuación, se muestra tablas estadísticas de las principales diez empresas exportadoras peruanas de la S.P.N. 2001.90.10.00, aceitunas, preparadas o conservadas en vinagre o ácido acético, entre los años 2016 y 2020.

Tabla 6

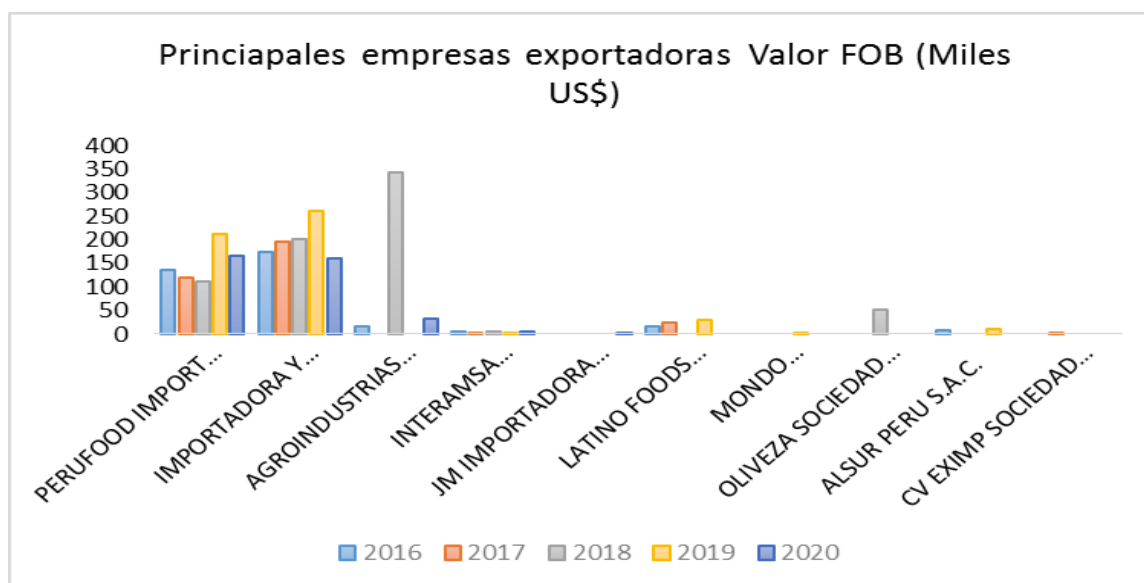
Principales 10 empresas exportadoras peruanas de la S.P.N. 2001.90.10.00, aceitunas, preparados o conservados en vinagre o ácido acético / 2016 – 2020, en Valor FOB (Miles US\$).

| Nº | RUC | Razón Social | Valor FOB (Miles US\$) | | | | | Part. % 2020 |
|----|-------------|---|------------------------|---------|---------|---------|---------|--------------|
| | | | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | |
| | | TOTAL | 358.815 | 350.794 | 722.978 | 530.254 | 369.401 | 1.00 |
| 1 | 20553825149 | PERUFOOD IMPORT S.A.C. | 137.504 | 119.613 | 112.668 | 212.662 | 166.637 | 0.45 |
| 2 | 20186370571 | IMPORTADORA Y EXPORTADORA DOÑA ISABEL E. I.R.L | 175.672 | 196.815 | 201.459 | 261.413 | 161.287 | 0.44 |
| 3 | 20342015108 | AGROINDUSTRIAS NOBEX S.A. | 15.731 | 0.000 | 341.964 | 0.000 | 33.650 | 0.09 |
| 4 | 20491855020 | INTERAMSA AGROINDUSTRIAL S.A.C. | 4.620 | 3.961 | 6.270 | 2.624 | 4.826 | 0.01 |
| 5 | 20601698928 | JM IMPORTADORA EXPORTADORA Y SERVICIOS S.A.C. | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 3.000 | 0.01 |
| 6 | 20600801601 | LATINO FOODS IMPORTS CORPORATION S.A.C. | 16.506 | 24.277 | 0.000 | 30.382 | 0.000 | 0.00 |
| 7 | 20554700901 | MONDO IMPRENDITORE S.A.C. | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 0.008 | 0.000 | 0.00 |
| 8 | 20513203871 | OLIVEZA SOCIEDAD ANONIMA CERRADA | 0.000 | 0.000 | 51.840 | 0.000 | 0.000 | 0.00 |
| 9 | 20454186002 | ALSUR PERU S.A.C. | 7.426 | 0.000 | 0.000 | 11.197 | 0.000 | 0.00 |
| 10 | 20522105423 | CV EXIMP SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - CV EXIMP S.A.C. | 0.000 | 0.002 | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 0.00 |

Fuente: ADT

Elaboración: Propia

Gráfico 4. *Principales 10 empresas exportadoras peruanas de la S.P.N. 2001.90.10.00, aceitunas, preparados o conservados en vinagre o ácido acético / 2016 – 2020, en Valor FOB (Miles US\$).*



Fuente: ADT

Elaboración: Propia

Comentario: Como puede verse en la tabla, dos de las diez principales empresas exportadoras de aceitunas concentran casi el 90% de dichas exportaciones, Perúfood Import S.A.C. e Importadora y Exportadora Doña Isabel E.I.R.L., situación que se vendría dando desde el año 2016 hasta el 2020, a excepción del año 2018. La tercera empresa en el ranking, Agroindustrias Nobex S.A., ha tenido

exportaciones representativas del producto sólo durante los años 2016, 2018 y 2020, concentrando en este último año el 9% del total.

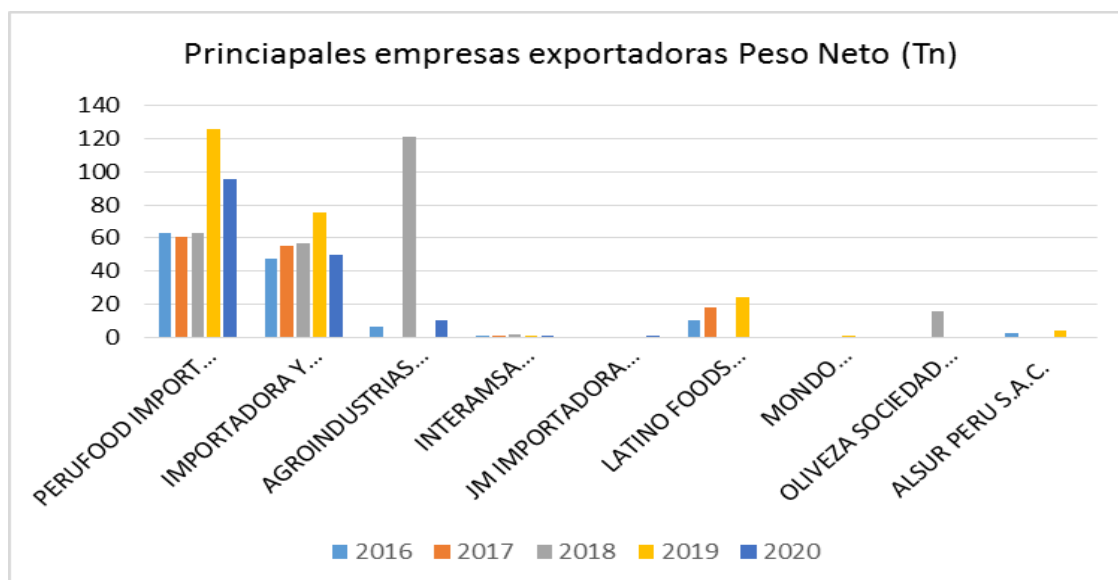
Tabla 7

Principales 10 empresas exportadoras peruanas de la S.P.N. 2001.90.10.00, aceitunas, preparados o conservados en vinagre o ácido acético / 2016 – 2020, en Peso Neto (Tn).

| Nº | RUC | Razón Social | Peso Neto (Tn) | | | | | Part.% 2020 |
|----|-------------|---|----------------|---------|---------|---------|---------|-------------|
| | | | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | |
| | | TOTAL | 131.345 | 137.414 | 261.064 | 234.540 | 157.409 | 100.0% |
| 1 | 20553825149 | PERUFOOD IMPORT S.A.C. | 63.155 | 60.337 | 63.225 | 125.772 | 95.584 | 60.72% |
| 2 | 20186370571 | IMPORTADORA Y EXPORTADORA DOÑA ISABEL E. I.R.L | 47.368 | 55.086 | 56.926 | 75.508 | 49.643 | 31.54% |
| 3 | 20342015108 | AGROINDUSTRIAS NOBEX S.A. | 6.202 | 0.000 | 121.463 | 0.000 | 10.166 | 6.46% |
| 4 | 20491855020 | INTERAMSA AGROINDUSTRIAL S.A.C. | 1.120 | 0.960 | 1.520 | 0.640 | 1.200 | 0.76% |
| 5 | 20601698928 | JM IMPORTADORA EXPORTADORA Y SERVICIOS S.A.C. | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 0.816 | 0.52% |
| 6 | 20600801601 | LATINO FOODS IMPORTS CORPORATION S.A.C. | 10.588 | 18.004 | 0.000 | 24.045 | 0.000 | 0.0% |
| 7 | 20554700901 | MONDO IMPRENDITORE S.A.C. | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 0.005 | 0.000 | 0.0% |
| 8 | 20513203871 | OLIVEZA SOCIEDAD ANONIMA CERRADA | 0.000 | 0.000 | 15.552 | 0.000 | 0.000 | 0.0% |
| 9 | 20454186002 | ALSUR PERU S.A.C. | 2.639 | 0.000 | 0.000 | 4.160 | 0.000 | 0.0% |
| 10 | 20522105423 | CV EXIMP SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - CV EXIMP S.A.C. | 0.000 | 0.001 | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 0.0% |

Fuente: ADT
Elaboración: Propia

Gráfico 5. Principales 10 empresas exportadoras peruanas de la S.P.N. 2001.90.10.00, aceitunas, preparados o conservados en vinagre o ácido acético / 2016 – 2020, en Peso Neto (Tn).



Fuente: ADT
Elaboración: Propia

Comentario: En cuanto a las exportaciones en Peso Neto, puede verse que las dos empresas Perúfood Import S.A.C. e Importadora y Exportadora Doña Isabel E.I.R.L. concentraron el 92.26% de las exportaciones de aceitunas en el año 2020, situación que ha sido similar desde el año 2016, salvo por

el 2018. La tercera empresa en el ranking, Agroindustrias Nobex S.A., ha tenido exportaciones representativas del producto sólo durante los años 2016, 2018 y 2020, concentrando en este último año aproximadamente el 6.46% del total.

Tabla 8

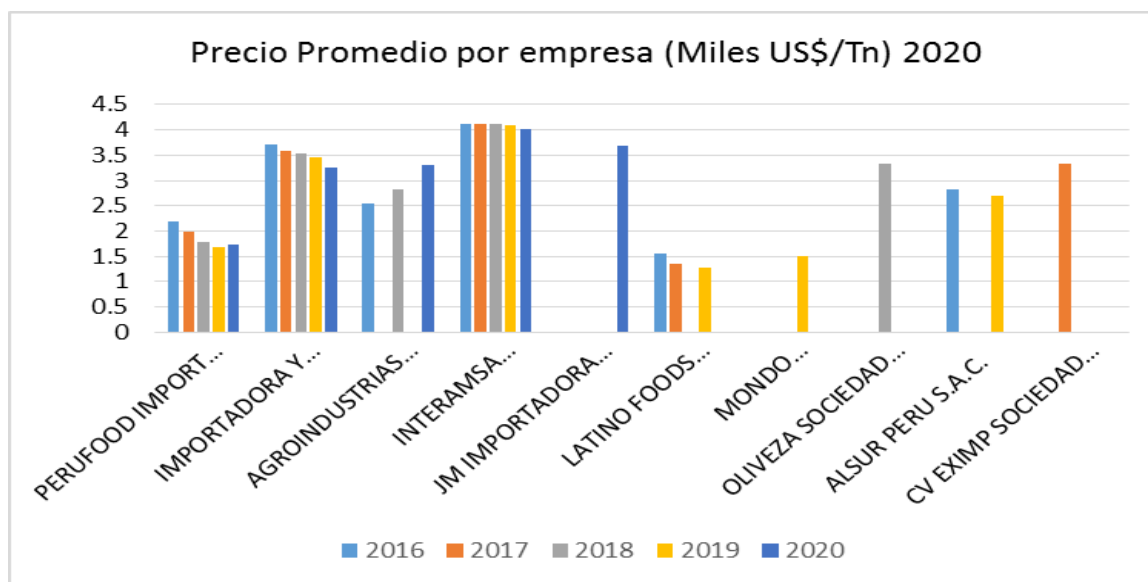
Principales 10 empresas exportadoras peruanas de la S.P.N. 2001.90.10.00, aceitunas, preparados o conservados en vinagre o ácido acético / 2016 – 2020, en Precio Promedio (Miles US\$/Tn).

| Nº | RUC | Razón Social | Precio Promedio (Miles US\$/Tn) | | | | |
|----|-------------|---|---------------------------------|------|------|------|------|
| | | | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
| | | TOTAL | 2.73 | 2.55 | 2.77 | 2.26 | 2.35 |
| 1 | 20553825149 | PERUFOOD IMPORT S.A.C. | 2.18 | 1.98 | 1.78 | 1.69 | 1.74 |
| 2 | 20186370571 | IMPORTADORA Y EXPORTADORA DOÑA ISABEL E. I.R.L | 3.71 | 3.57 | 3.54 | 3.46 | 3.25 |
| 3 | 20342015108 | AGROINDUSTRIAS NOBEX S.A. | 2.54 | 0.00 | 2.82 | 0.00 | 3.31 |
| 4 | 20491855020 | INTERAMSA AGROINDUSTRIAL S.A.C. | 4.13 | 4.13 | 4.13 | 4.10 | 4.02 |
| 5 | 20601698928 | JM IMPORTADORA EXPORTADORA Y SERVICIOS S.A.C. | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 3.68 |
| 6 | 20600801601 | LATINO FOODS IMPORTS CORPORATION S.A.C. | 1.56 | 1.35 | 0.00 | 1.26 | 0.00 |
| 7 | 20554700901 | MONDO IMPRENDITORE S.A.C. | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 1.51 | 0.00 |
| 8 | 20513203871 | OLIVEZA SOCIEDAD ANONIMA CERRADA | 0.00 | 0.00 | 3.33 | 0.00 | 0.00 |
| 9 | 20454186002 | ALSUR PERU S.A.C. | 2.81 | 0.00 | 0.00 | 2.69 | 0.00 |
| 10 | 20522105423 | CV EXIMP SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - CV EXIMP S.A.C. | 0.00 | 3.32 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |

Fuente: ADT.

Elaboración: Propia.

Gráfico 6. Principales 10 empresas exportadoras peruanas de la S.P.N. 2001.90.10.00, aceitunas, preparados o conservados en vinagre o ácido acético / 2016 – 2020, en Precio Promedio (Miles US\$/Tn).



Fuente: ADT.

Elaboración: Propia.

Comentario: Como puede verse en la tabla, desde el año 2016 hasta el 2020, de las dos empresas exportadoras de aceitunas que concentran casi el 90% de dichas exportaciones, Perúfood Import

S.A.C. e Importadora y Exportadora Doña Isabel E.I.R.L., la primera ha mantenido un precio promedio anual por debajo del precio promedio total, mientras que la segunda ha mantenido un precio promedio anual por encima del precio promedio total. La tercera empresa en el ranking, Agroindustrias Nobex S.A., ha oscilado alrededor del precio promedio total con una ligera tendencia por encima del mismo en los años 2018 y 2020.

3. Capítulo 3: Panorama Internacional

3.1. Principales 10 productores mundiales del producto. Últimos cinco años

A fin de conocer qué otros países también cuentan con producción de aceitunas y podrían ser competidores de nuestro país, se muestra, a continuación, una tabla con los diez principales productores a nivel mundial, así como un gráfico de los cinco principales, mostrando sus producciones en toneladas por año, desde el 2015 hasta el 2019. Para efectos de establecer el ranking se ha tomado como referencia la información correspondiente al año 2019.

Tabla 9

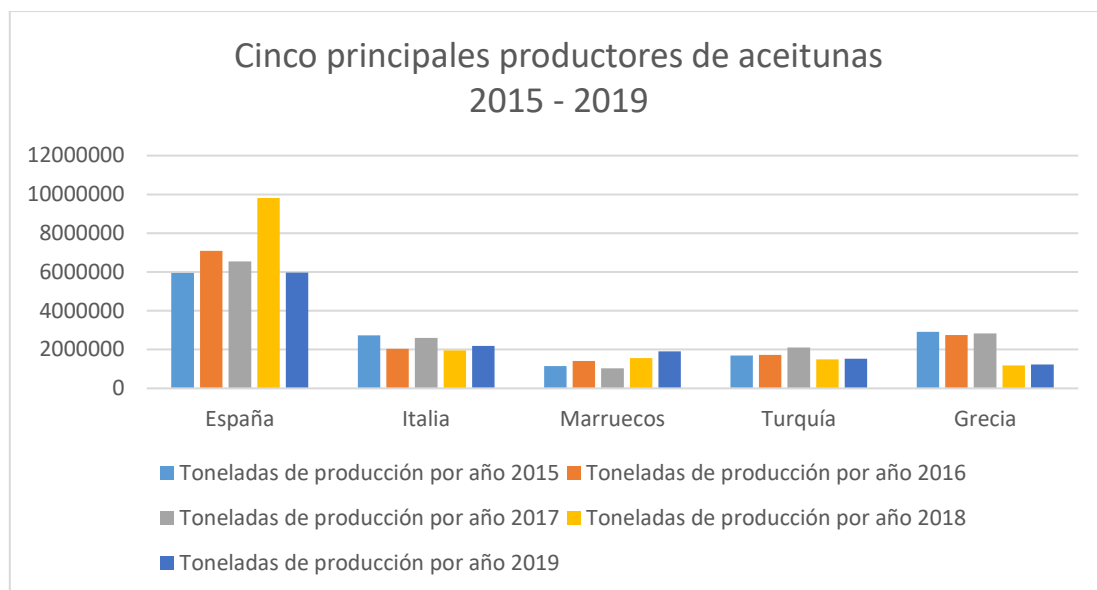
Principales 10 productores mundiales de aceitunas, 2015 al 2019, en toneladas por año

| País | Tonelada de Producción por año | | | | |
|-------------|--------------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
| 1 España | 5,947,700 | 7,082,550 | 6,549,499 | 9,819,570 | 5,965,080 |
| 2 Italia | 2,732,894 | 2,038,303 | 2,597,974 | 1,953,540 | 2,194,110 |
| 3 Marruecos | 1,144,238 | 1,416,107 | 1,039,117 | 1,561,465 | 1,912,238 |
| 4 Turquía | 1,700,000 | 1,730,000 | 2,100,000 | 1,500,467 | 1,525,000 |
| 5 Grecia | 2,907,866 | 2,755,431 | 2,837,778 | 1,188,260 | 1,228,130 |
| 6 Egipto | 698,927 | 874,748 | 1,094,724 | 1,083,771 | 1,080,091 |
| 7 Portugal | 722,893 | 476,003 | 876,215 | 738,550 | 997,040 |
| 8 Tunes | 1,700,000 | 700,000 | 500,000 | 827,563 | 876,877 |
| 9 Argelia | 653,725 | 696,431 | 684,461 | 860,784 | 868,754 |
| 10 Siria | 600,000 | 668,441 | 849,919 | 664,643 | 844,316 |

Fuente: FAO Stats

Elaboración: Propia

Gráfico 7. *Principales 5 productores mundiales de aceitunas, 2015 al 2019, en toneladas por año.*



Fuente: FAO Stats

Elaboración: Propia

Comentario: En el gráfico anterior se observa los principales productores mundiales para la subpartida nacional de aceitunas, preparados o conservados en vinagre o ácido acético. Se evidencia que España es el principal productor en el mundo. Según FAO Stats, la producción mundial de aceitunas en el año 2019 fue de 19'467,119.0 toneladas. En ese contexto la producción de España representa el 30.64% de la producción mundial de ese año. España alcanzó en el año 2018 un pico de producción con 9'819,570 toneladas. El segundo productor más importante es Italia, cuya producción en el año 2019 representa el 11.2% de la producción mundial de ese año. El tercer país en volumen de producción de aceitunas es Marruecos, con un 9.8%, país que viene incrementando su producción ligera pero sostenidamente desde el año 2017. Resalta en el gráfico la disminución progresiva de la producción de Grecia, quinto en el ranking, de 2'907,866 toneladas en el año 2015 a 1'228,130 toneladas en 2019.

3.2. Principales 10 importadores mundiales del producto. Últimos cinco años

A fin de conocer los potenciales mercados a los que el Perú podría exportar el producto bajo análisis, se indica a continuación sendas tablas y gráficos con información sobre los principales diez países importadores de la S.P.N. 2001.90.10.00, aceitunas, preparados o conservados en vinagre o ácido acético entre los años 2015 y 2019, en valor FOB (Miles US\$/Tn) y cantidades (Toneladas).

Tabla 10

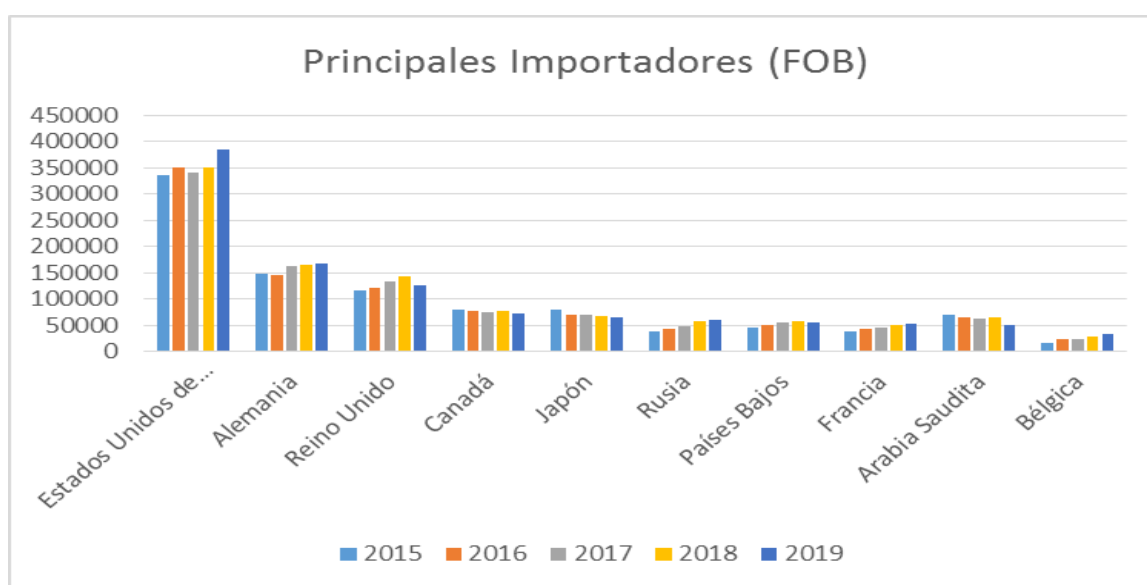
Principales 10 países importadores de la S.A. 200190, legumbres, hortalizas, frutos y demás partes comestibles de plantas, preparados o conservados entre los años 2015 y 2019, en valor FOB (Miles US\$/Tn)

| País Importador | Valor FOB (Miles US\$) por año | | | | |
|------------------|--------------------------------|---------|---------|---------|---------|
| | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
| 1 Estados Unidos | 336,383 | 349,436 | 341,561 | 350,109 | 385,579 |
| 2 Alemania | 148,826 | 145,584 | 161,958 | 164,879 | 166,994 |
| 3 Reino Unido | 117,192 | 120,491 | 134,079 | 144,386 | 125,185 |
| 4 Canadá | 79,234 | 77,552 | 75,842 | 76,483 | 72,105 |
| 5 Japón | 80,064 | 69,761 | 69,910 | 67,364 | 65,597 |
| 6 Rusia | 38,866 | 42,107 | 47,738 | 58,135 | 60,299 |
| 7 Países Bajos | 46,127 | 49,466 | 56,173 | 56,655 | 55,898 |
| 8 Francia | 39,121 | 43,254 | 45,199 | 51,385 | 53,194 |
| 9 Arabia Saudita | 69,779 | 66,055 | 62,950 | 65,821 | 50,157 |
| 10 Bélgica | 16,630 | 22,859 | 24,097 | 28,770 | 33,021 |

Fuente: Trade Map.

Elaboración: Propia

Gráfico 8. Principales 10 países importadores de la S.A. 200190, Legumbres, hortalizas, frutos y demás partes comestibles de plantas, preparados o conservados entre los años 2015 y 2019, en valor FOB (Miles US\$/Tn)



Fuente: Trade Map

Elaboración: Propia

Tabla 11

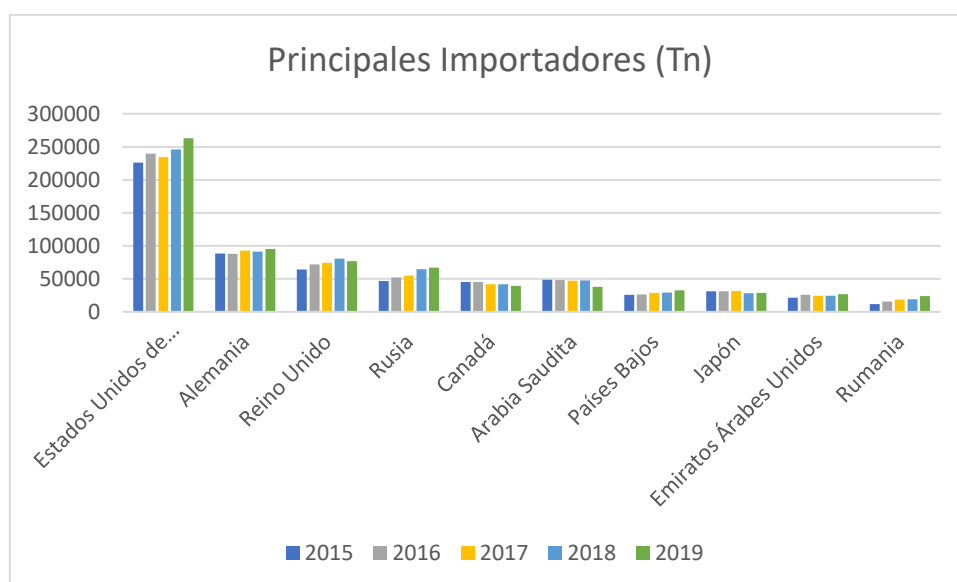
Principales 10 países importadores de la S.A. 200190, legumbres, hortalizas, frutos y demás partes comestibles de plantas, preparados o conservados entre los años 2015 y 2019, en cantidades (Tn)

| País Importador | Toneladaspor año | | | | |
|--------------------------|------------------|---------|---------|---------|---------|
| | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
| 1 Estados Unidos | 226,241 | 239,400 | 234,283 | 246,142 | 262,814 |
| 2 Alemania | 88,289 | 87,989 | 92,500 | 91,492 | 95,163 |
| 3 Reino Unido | 64,212 | 71,940 | 74,145 | 80,708 | 76,590 |
| 4 Rusia | 46,457 | 51,932 | 55,009 | 64,822 | 66,793 |
| 5 Canadá | 45,217 | 45,356 | 41,638 | 41,718 | 39,398 |
| 6 Arabia Saudita | 48,822 | 48,144 | 47,307 | 47,482 | 37,932 |
| 7 Países Bajos | 25,680 | 26,538 | 28,834 | 29,347 | 32,543 |
| 8 Japon | 31,104 | 31,283 | 31,564 | 28,346 | 28,769 |
| 9 Emiratos Árabes Unidos | 21,532 | 25,813 | 24,137 | 24,572 | 26,686 |
| 10 Rumania | 11,994 | 15,588 | 18,607 | 18,920 | 24,040 |

Fuente: Trade Map.

Elaboración: Propia.

Gráfico 9. Principales 10 países importadores de la S.A. 200190, legumbres, hortalizas, frutos y demás partes comestibles de plantas, preparados o conservados entre los años 2015 y 2019, en cantidades (Tn).



Fuente: Trade Map.

Elaboración: Propia.

Comentario: Como puede verse en las tablas y gráficos que anteceden, los Estados Unidos, Alemania, Reino Unido, Rusia, Países Bajos, Emiratos Árabes Unidos y Rumanía han venido incrementando las importaciones de aceitunas desde el año 2015 hasta el 2019, mientras que Canadá, Arabia Saudita y Japón han venido disminuyéndolas. Cabe mencionar que Nueva Zelanda no se encuentra entre los principales importadores del producto.

3.3. Principales 10 exportadores mundiales del producto. Últimos cinco años.

Se presenta a continuación dos tablas conteniendo datos sobre los valores y cantidades, respectivamente, correspondientes a los principales diez países exportadores de la S.A.2001.90, aceitunas, preparados o conservados en vinagre o ácido acético entre los años 2015 y 2019.

Tabla 12

Principales 10 países exportadores de la S.P.N. 200190, legumbres, hortalizas, frutos y demás partes comestibles de plantas, preparados o conservados entre los años 2015 y 2019, en valor FOB (Miles de US\$)

| País Exportador | Valor FOB (Miles US\$) por año | | | | |
|------------------|--------------------------------|---------|---------|---------|---------|
| | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
| 1 México | 174,370 | 167,708 | 167,866 | 179,774 | 181,082 |
| 2 Turquía | 143,660 | 156,264 | 155,498 | 156,778 | 153,527 |
| 3 China | 151,624 | 128,969 | 125,932 | 119,312 | 117,185 |
| 4 Grecia | 91,764 | 96,573 | 114,855 | 125,657 | 114,517 |
| 5 Alemania | 77,201 | 82,566 | 90,688 | 100,171 | 96,087 |
| 6 España | 93,181 | 87,662 | 91,664 | 95,402 | 95,404 |
| 7 Perú | 65,072 | 65,377 | 65,342 | 75,750 | 81,613 |
| 8 Estados Unidos | 70,406 | 67,008 | 81,396 | 83,300 | 79,289 |
| 9 India | 46,584 | 53,145 | 53,471 | 57,964 | 64,389 |
| 10 Países Bajos | 46,966 | 42,969 | 45,234 | 52,414 | 53,210 |

Fuente: Trade Map.

Elaboración: Propia.

Comentario: En esta tabla puede verse que México, Grecia, Alemania, Perú, Estados Unidos, India y los Países Bajos muestran una clara tendencia al incremento de sus exportaciones de aceitunas en valor FOB desde el año 2015 hasta el 2019. China, en contraste, es el único país que muestra una tendencia a la baja. Cabe destacar que el Perú se encuentra en el séptimo lugar del ranking.

Tabla 13

Principales 10 países exportadores de la S.A. 200190, legumbres, hortalizas, frutos y demás partes comestibles de plantas, preparados o conservados entre los años 2015 y 2019, en Toneladas

| País Exportador | Toneladas por año | | | | |
|-------------------|-------------------|---------|---------|---------|---------|
| | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
| 1 México | 167,629 | 169,578 | 164,937 | 169,386 | 172,810 |
| 2 Turquía | 117,924 | 131,649 | 133,534 | 136,001 | 145,559 |
| 3 China | 65,232 | 71,672 | 71,291 | 70,962 | 73,638 |
| 4 España | 50,423 | 43,506 | 45,336 | 46,729 | 52,731 |
| 5 Alemania | 48,336 | 51,520 | 52,532 | 54,837 | 52,156 |
| 6 Egipto | 33,482 | 54,550 | 46,940 | 52,638 | 51,601 |
| 7 India | 36,614 | 43,501 | 41,457 | 43,265 | 47,120 |
| 8 Grecia | 40,053 | 40,944 | 43,758 | 46,244 | 44,548 |
| 9 Perú | 28,286 | 28,608 | 27,352 | 31,651 | 34,558 |
| 10 Estados Unidos | 45,962 | 46,252 | 48,716 | 39,909 | 33,747 |

Fuente: Trade Map

Elaboración: Propia

Comentario: En esta tabla puede verse que México, Turquía, China, Alemania, Egipto, India, Grecia y Perú muestran una clara tendencia al incremento de sus exportaciones de aceitunas en Peso Neto/Toneladas, desde el año 2015 hasta el 2019. Estados Unidos, en contraste, es el único país que muestra una tendencia a la baja. Cabe destacar que el Perú se encuentra en el noveno lugar del ranking.

3.4. Principales 10 proveedores mundiales del producto del mercado de destino, Nueva Zelanda. Últimos 5 años.

Se presenta a continuación dos tablas y gráficos conteniendo datos sobre los valores y cantidades, respectivamente, correspondientes a los principales diez países que exportan a Nueva Zelanda la S.A. 2001.90, aceitunas, preparados o conservados en vinagre o ácido acético entre los años 2015 y 2019.

Tabla 14

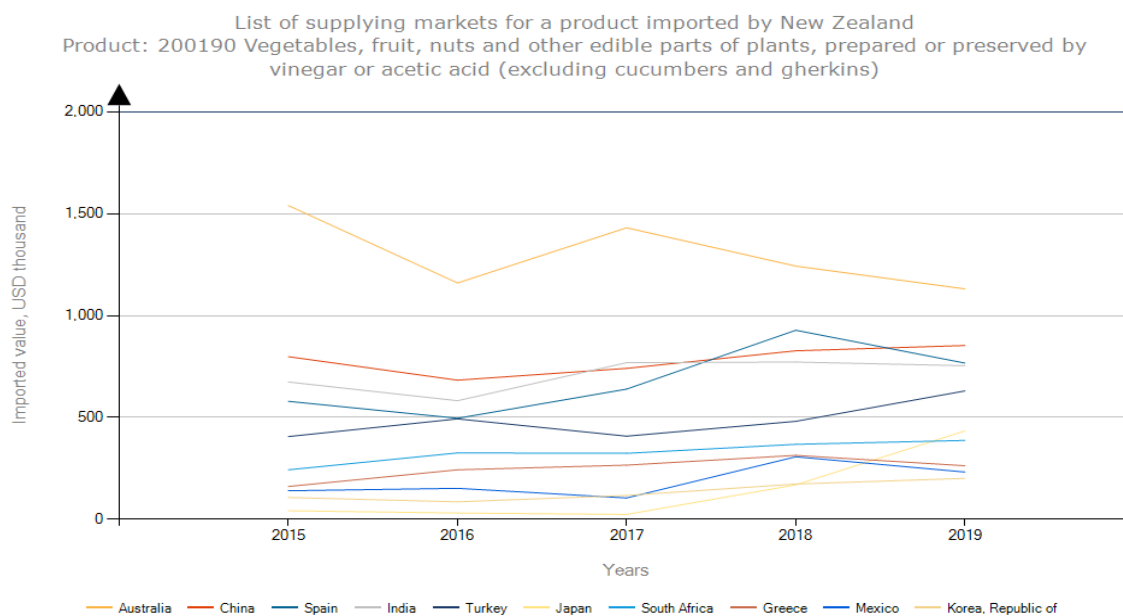
Principales 10 países que exportan a Nueva Zelanda la S.A. 200190, legumbres, hortalizas, frutos y demás partes comestibles de plantas, preparados o conservados entre los años 2015 y 2019, en valor FOB (Miles de US\$).

| País Exportador | Valor FOB (Miles US\$) por año | | | | |
|-----------------------|--------------------------------|-------|-------|-------|-------|
| | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
| 1 Australia | 1,540 | 1,160 | 1,431 | 1,243 | 1,131 |
| 2 China | 798 | 683 | 741 | 827 | 853 |
| 3 España | 579 | 496 | 639 | 928 | 767 |
| 4 India | 674 | 582 | 769 | 772 | 754 |
| 5 Turquía | 406 | 493 | 408 | 481 | 630 |
| 6 Japon | 42 | 31 | 24 | 169 | 434 |
| 7 Sudáfrica | 243 | 326 | 324 | 368 | 387 |
| 8 Grecia | 161 | 243 | 266 | 314 | 263 |
| 9 México | 140 | 152 | 105 | 307 | 232 |
| 10 República de Corea | 107 | 86 | 117 | 173 | 201 |

Fuente: Trade Map

Elaboración: Propia

Gráfico 4. *Principales 10 países que exportan a Nueva Zelanda la S.A. 200190, legumbres, hortalizas, frutos y demás partes comestibles de plantas, preparados o conservados entre los años 2015 y 2019, en valor FOB (Miles de US\$)*



Fuente: Trade Map

Comentario: En valor FOB, el principal proveedor de Nueva Zelanda es Australia. En el año 2019 vendió a Nueva Zelanda el 20% del total importado por Nueva Zelanda de sus diez principales proveedores de aceitunas, seguido por China (15%), España (13.57%) e India (13.34%), como los casos más representativos. Sin embargo, puede verse en la tabla que Australia es el único caso que muestra una tendencia a la baja en sus exportaciones de aceituna a Nueva Zelanda, desde el 2015 hasta el 2019. En contraste, China, España, Turquía, Japón, Sudáfrica y México muestran una clara tendencia al incremento de sus exportaciones del producto a Nueva Zelanda.

Tabla 14

Principales 10 países que exportan a Nueva Zelanda la S.A. 200190, legumbres, hortalizas, frutos y demás partes comestibles de plantas, preparados o conservados entre los años 2015 y 2019, en Toneladas

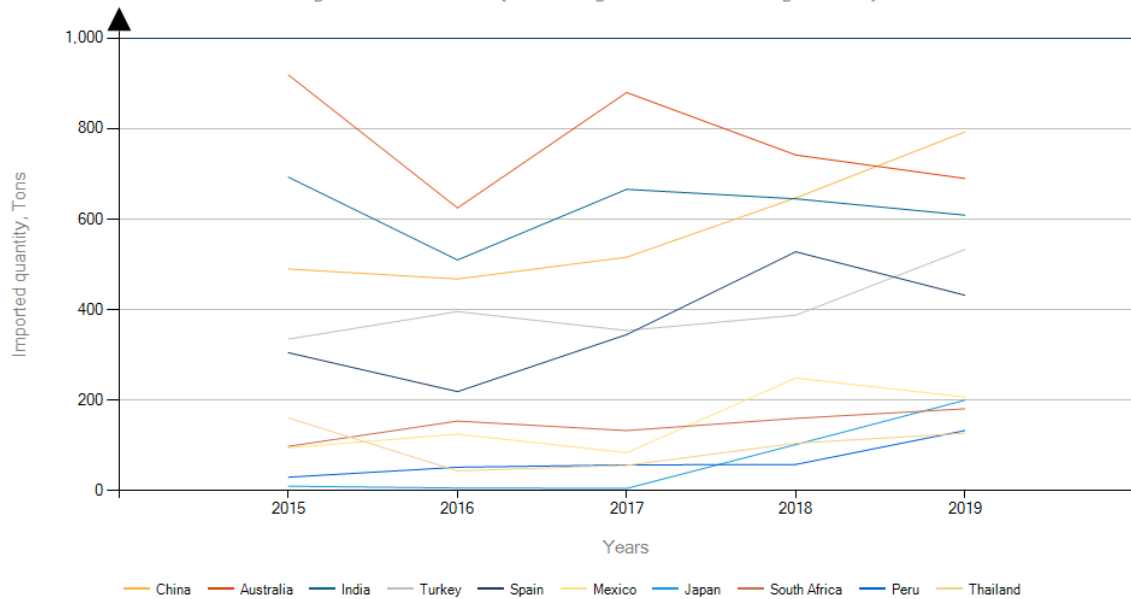
| País Exportador | Toneladaspor año | | | | |
|-----------------|------------------|------|------|------|------|
| | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
| 1 China | 490 | 468 | 516 | 647 | 793 |
| 2 Australia | 919 | 625 | 880 | 742 | 690 |
| 3 India | 693 | 510 | 666 | 645 | 609 |
| 4 Turquía | 335 | 396 | 354 | 388 | 533 |
| 5 España | 305 | 219 | 345 | 528 | 432 |
| 6 México | 95 | 125 | 84 | 249 | 207 |
| 7 Japón | 10 | 6 | 5 | 102 | 200 |
| 8 Sudáfrica | 98 | 154 | 133 | 160 | 181 |
| 9 Perú | 30 | 52 | 57 | 58 | 133 |
| 10 Tailandia | 161 | 44 | 56 | 105 | 127 |

Fuente: Trade Map

Elaboración: Propia

Gráfico 5. *Principales 10 países que exportan a Nueva Zelanda la S.A. 2001.90.10.00, aceitunas, preparados o conservados en vinagre o ácido acético entre los años 2015 y 2019, en Toneladas*

List of supplying markets for a product imported by New Zealand
 Product: 200190 Vegetables, fruit, nuts and other edible parts of plants, prepared or preserved by vinegar or acetic acid (excluding cucumbers and gherkins)



Fuente: Trade Map

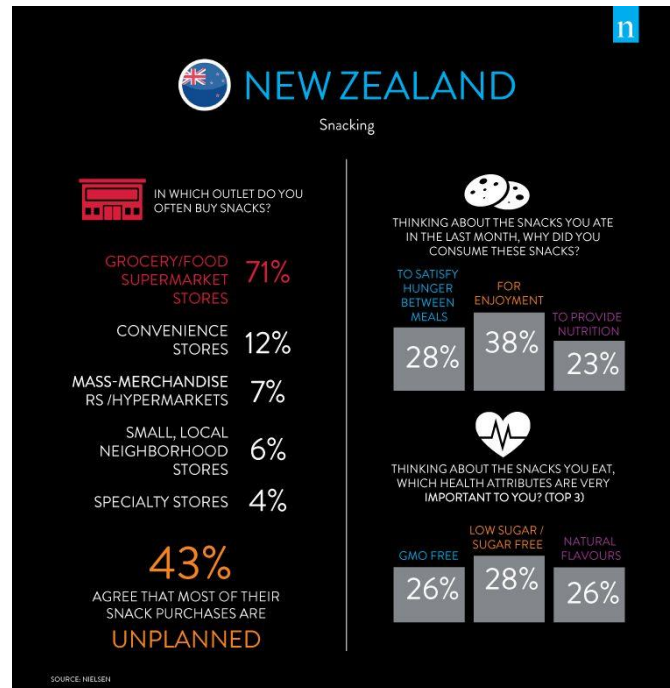
Comentario: En Peso Neto, el principal proveedor de Nueva Zelanda es China. En el año 2019 Nueva Zelanda importó de sus diez principales proveedores 3905 Toneladas de aceitunas. China vendió a Nueva Zelanda el 20.3% de dicho total. Le siguen Australia (17.66%) e India (15.59%), como los casos más representativos. Cabe destacar que el Perú se encuentra dentro de este ranking, en el noveno lugar, con una participación del 3.4% de las importaciones de Nueva Zelanda en el 2019 de estos diez proveedores. Puede verse en la tabla que Australia e India son justamente los únicos casos que muestra una tendencia a la baja en sus exportaciones de aceituna a Nueva Zelanda, desde el 2015 hasta el 2019. En contraste, China, España, Turquía, Japón, Sudáfrica, México y Perú muestran una clara tendencia al incremento de sus exportaciones del producto a Nueva Zelanda.

4. Capítulo 4: Mercado Potencial

4.1. Tendencias generales del mercado y consumidor

Según el portal SIAL (<https://www.sial-network.com/Get-inspired/Trends-by-world-tour2/Retail-and-consumer-trends-by-World-Tour/World-Tour-New-Zealand>), hasta el año 2016 el consumo de alimentos en Nueva Zelanda incrementaba en 3% por año con una mayor tendencia hacia opciones no alergénicas, de bajas calorías, libres de gluten y saludables. En contraste, los consumidores también gastan más en líneas de productos gourmet, tendencia impulsada por el incremento de shows

gastronómicos/de cocina. A nivel nacional, el consumo de más productos locales de productores artesanales se encuentra en incremento.



Fuente: SIAL y NIELSEN

Elaboración: SIAL

<https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/olive-market> (Mordor Intelligence)

Rise in Demand for naturally processed table olives

En cuanto a tendencias a nivel mundial, según el portal Mordor Intelligence (<https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/olive-market>), de acuerdo con el Ministerio de Agricultura de Egipto, el país tiene como objetivo ser el mayor productor de aceitunas de mesa del mundo, a través de una mayor cooperación con España y la plantación de cien millones de olivos nuevos para el año 2020. La alta demanda de aceitunas de mesa también se ve reflejada a través del incremento de su consumo a nivel global en 186% entre los años 1990 y 2017, reportado por el Concejo Internacional de la Aceituna, según el cual los mayores productores de aceitunas de mesa son también los mayores consumidores con la Unión Europea, Egipto, Turquía y los Estados Unidos de América, responsables del 57% del consumo global durante los últimos cinco años. Sin embargo, otros países como Australia, Japón, China, Brasil e India han experimentado una nueva fuente de demanda de aceitunas de mesa, debido a la cultura de rellenos y toppings de aceitunas, como en la cocina Mediterránea. Asimismo, la demanda global de aceitunas de mesa se ha incrementado también debido al uso de aceitunas como snacks, y al aplicar los productores diferentes métodos de fermentación para el tratamiento y la presentación de los productos finales de para el consumo.

4.2. Acceso al mercado

4.2.1. Barreras arancelarias

A continuación, se muestra la información sobre tarifas arancelarias aplicadas por Nueva Zelanda para la S.P.N. 2001.90.10.00, aceitunas, preparados o conservados en vinagre o ácido acético importado por ese país desde el Perú.

| Partida Arancelaria | Descripción | Régimen | Ad Valorem |
|----------------------------|---|---|-------------------|
| 20019001 | Vegetables, fruit, nuts and other edible parts of plants, prepared or preserved by vinegar or acetic acid (excl. cucumbers and gherkins) : Other vegetables, fruit and nuts. | Sistema Generalizado de Preferencias (Generalized System of Preferences – GSP). | 4% |

Fuente: Market Access Map -

<https://www.macmap.org/en/query/results?reporter=554&partner=604&product=200190&level=6>

Elaboración: Propia

De acuerdo con la fuente Market Access Map, Nueva Zelanda aplica la tarifa del 4% Ad Valorem a 91 países del Sistema Generalizado de Preferencias – GSP, entre los cuales está incluido el Perú.

4.2.2. Barreras no arancelarias legales / voluntarias

• Barreras no arancelarias legales

En cuanto a barreras no arancelarias en Nueva Zelanda para la S.P.N. 2001.90.10.00, aceitunas, preparados o conservados en vinagre o ácido acético importado por ese país desde el Perú, se cuenta con los requisitos de importación para el referido producto según se muestra en el siguiente cuadro:

| Requisito de Importación | Descripción |
|--|--|
| Autorización para importadores por razones Sanitarias y Fitosanitarias | Los importadores deben registrarse y obtener la autorización del Ministerio de Industrias Primarias previamente a poder importar productos a Nueva Zelanda. Para obtener dicha aprobación, el importador debe cumplir ciertos requerimientos, presentar documentación y pagar las tasas correspondientes en cada caso. |

| | |
|---|--|
| Límites de tolerancia para contaminantes por ciertas sustancias (no microbiológicas) | Esta medida establece un límite máximo de residuos (MRL) o límite de tolerancia de sustancias tales como fertilizantes, pesticidas o ciertos químicos y metales en alimentos y piensos, que son utilizados durante el proceso de producción pero que no son parte de sus ingredientes. |
| Uso restringido de ciertas sustancias en alimentos y sus materiales de contacto | Se refiere a una restricción o prohibición sobre el uso de ciertas sustancias contenidas en alimentos y piensos. Incluye restricciones sobre sustancias contenidas en los contenedores de alimentos que podrían migrar al alimento. |
| Requerimientos sobre etiquetados | Medidas que definen la información directamente relacionada con la seguridad alimentaria que debe ser proporcionada al consumidor: El etiquetado es cualquier comunicación escrita, electrónica o gráfica en el empaque para el consumo o en un etiquetado separado pero asociado. |
| Criterios microbiológicos para el producto final | Declaración sobre los microorganismos a ser considerados y/o de sus toxinas/metabolitos y la razón por la cual se deben considerar, el método analítico para su detección y/o cuantificación en el producto final: los límites microbiológicos deben tener en cuenta los riesgos asociados con los microorganismos, y las condiciones bajo las cuales el producto se espera sea manipulado y consumido. Los límites microbiológicos también deben considerar la posibilidad de distribución dispereja de microorganismos en el producto y la variabilidad inherente del procedimiento analítico. |
| Otros requerimientos sobre producción o postproducción, Estándar Nacional Ambiental (NES) | N/D |
| Requerimientos de prueba (testing) | Se trata de un requisito de probar el producto frente a una regulación determinada, tal como Niveles Máximos de Residuos (MRL): esta medida incluye los casos en los que se requiere muestras. |
| Requerimientos sobre etiquetados | Medidas que regulan el tipo, color y tamaño de impresos en empaquetados y etiquetas, y que definen la información que debe |

| | |
|---|---|
| | ser proporcionada al consumidor. El etiquetado es cualquier comunicación escrita, electrónica o gráfica en el empaque para el consumo o en un etiquetado separado pero asociado, o en el producto mismo. Puede incluir requerimientos sobre el idioma oficial a ser usado, así como información técnica sobre el producto tal como voltaje, componentes, instrucción sobre su uso y advertencias sobre seguridad. |
| Requerimientos sobre calidad, seguridad o performance del producto | Requerimientos sobre el producto final sobre seguridad (ej. Resistencia al fuego), performance (efectividad en alcanzar el resultado esperado), calidad (ej. Contenido de ingredientes definidos; durabilidad) u otras razones no cubiertas bajo otras medidas. |
| Requerimientos de trazabilidad | Se refiere a proporcionar información que permita hacer seguimiento a las etapas de producción, proceso y distribución de un producto, incluyendo requerimientos sobre el mantenimiento de registros. |
| Procesos de licencias de importación no automáticos distintos a las autorizaciones cubiertas bajo los capítulos SPS y TBT | Una persona que aplica para ser un importador de alimentos registrado debe solicitar ser un importador de alimentos en el Sistema Conjunto de Administración de Fronteras (Joint Border Management System). |

Fuente: Market Access Map, <https://www.macmap.org>

Elaboración: Propia

• Barreras no arancelarias voluntarias: Certificaciones

Teniendo en cuenta la importante tendencia a nivel mundial y dentro del mercado neozelandés por preferir productos orgánicos, se podría considerar obtener la certificación otorgada por USDA Organic, que cuenta con agentes certificadores en distintos países, incluido el Perú.

Para obtener la certificación el proceso se divide en tres fases: la aplicación, la inspección de la empresa y del producto y la certificación.

El proceso de aplicación se debe llevar a cabo con un agente acreditado quien proporcionará los formularios de aplicación. Luego el agente revisa la aplicación y determina si el candidato cumple con

las regulaciones y estándares del Programa Nacional Orgánico (National Organic Program – NOP). Luego, el agente programa una inspección in situ.

Durante la inspección, el agente visita las instalaciones donde se lleva a cabo la producción y manipulación del producto. Ésta se realiza a fin de asegurar que la información proporcionada en la aplicación es verdadera y precisa. El inspector requerirá ver las operaciones y querrá verificar que el producto no ha tenido contacto con ninguna sustancia prohibida. Hacia el final de la inspección el inspector se entrevista con el candidato y podría hacer referencia a cualquier inconveniente.

Luego de la inspección, el inspector elabora un informe basado en los resultados de su visita. Se revisa nuevamente dicho reporte, el expediente de aplicación y la entrevista para asegurar el cumplimiento de las normas del Programa Nacional Orgánico (National Organic Program – NOP). Si el agente no tiene objeciones y se pagan las tarifas, se permitirá utilizar el logo para etiquetar el producto o la empresa como “USDA Certified Organic”. Si, por el contrario, hubiera objeciones menores, se permitirá la certificación en la medida en que el candidato acepte resolver tales objeciones en un plazo apropiado¹.

A continuación, se muestra una tabla con información sobre el certificado “USDA Organic”.

Tabla 15

Información del certificado “USDA Organic”

| | | |
|---|-----------------------|--|
|  | Descripción | Certificación de producto orgánico |
| | Entidad Certificadora | Bio Latina S.A.C. - BIOL |
| | Duración | Indefinida |
| | Contacto | Jorge Torres Alfonso 00 51 1 2031130 central@biolatina.com |
| | Web | www.biolatina.com |

Fuente: www.ams.usda.gov

Elaboración: Propia

¹ “How to Get USDA Organic Certification”, Jennifer Chait. En: <https://www.thebalancesmb.com/get-usda-organic-certification-2538057> .

4.3. Packaging (empaque y etiquetado)

4.3.1. Tipo de empaque

El empaque debe ser seguro y sostenible, además de atractivo y funcional para el consumidor. Debe cumplir con los requerimientos regulatorios y ayudar a los consumidores a adoptar decisiones informadas. Los criterios que son tomados en cuenta en Nueva Zelanda para empaques incluyen información sobre riesgos, necesidades de consumidores vulnerables, reducción de costos, uso de recursos, idoneidad para el propósito perseguido y reciclaje, entre otros².

Sobre esa base, y luego de observar el mercado local, se puede sugerir que el empaque sea uno de plástico resistente y flexible o, alternativamente un frasco de vidrio. En ambos casos se podría visualizar el contenido lo que permitirá al consumidor un contacto visual con el producto. Se muestra imágenes referenciales a continuación.

Imágenes: *Envases de aceitunas de mesa - bolsa de plástico con cierre y frasco de vidrio con tapa de metal*



4.3.2. Requisitos de etiquetado, protección y utilización

Todo productor, procesador, importador o consultor de alimentos debe cumplir con los requerimientos sobre etiquetados y composición establecidos en el Código de estándares de alimentos de Australia y Nueva Zelanda (el Código). Se puede acceder al Código a través del siguiente enlace: <https://www.foodstandards.gov.au/code/Pages/default.aspx>.

² En: Standards New Zealand - <https://www.standards.govt.nz/touchstone/consumer-safety/2018/oct/getting-the-packaging-right-international-guide-just-updated/>.

Sobre el particular, se debe tener en cuenta la información que se detalla a continuación³.

Nombre y descripción del alimento: El nombre del alimento debe describir el alimento de manera precisa y no conllevar a error o confusión. Se puede encontrar información sobre el nombre y descripción de productos alimentarios en el Estándar 1.2.2 del código.

Identificación del lote: La etiqueta de un empaque de alimentos normalmente requiere incluir la identificación del lote. Se puede encontrar más información sobre el particular en los estándares 1.1.1 y 1.2.2 del Código.

Porcentaje de ingredientes o componentes característicos: Si el alimento contiene ingredientes o componentes característicos se debe incluir cierta información al respecto en la etiqueta. Se entiende por ingredientes característicos:

Ingredientes mencionados en el nombre del alimento

Asociados con el nombre de un alimento

Resaltados en la etiqueta de un alimento mediante palabras, dibujos o gráficos.

También hay ciertos ingredientes que no son ingredientes característicos.

Información Nutricional: La mayoría de los alimentos empaquetados requieren de un Panel de Información Nutricional (NIP). El NIP muestra las cantidades de nutrientes calve por cantidad servida y por 100g o 100ml.

Instrucciones de uso y almacenaje: Si el alimento requiere condiciones especiales de uso o almacenaje por razones de salud o seguridad, se debe incluir esa información en la etiqueta.

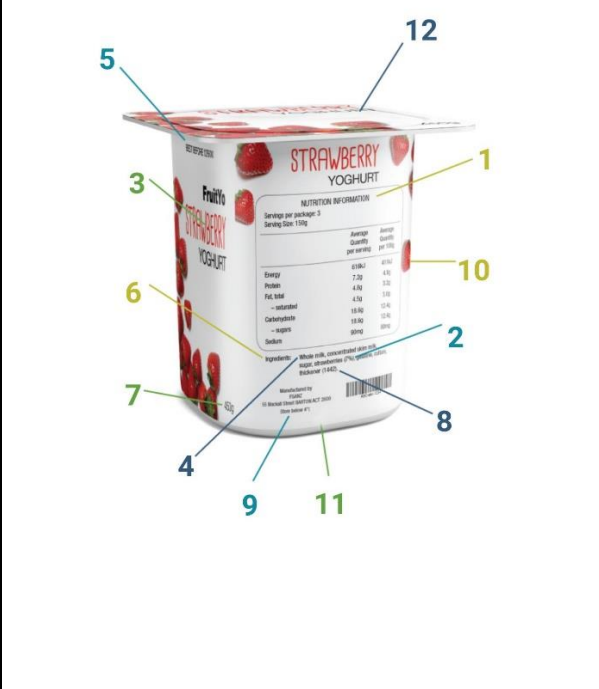
País de origen: El etiquetado del país de origen es voluntario en Nueva Zelanda. Si se opta por incluir el país de origen en el etiquetado debe ser preciso.

Publicidad en empaquetados de alimentos: Se puede usar parte del espacio en el empaquetado de alimentos para publicidad. Cualquier información publicitaria en empaquetados de alimentos deben

³ Ministerio de Industrias Primarias MPI - <https://www.mpi.govt.nz/food-business/labelling-composition-food-drinks/food-drink-labelling-composition-requirements/>

cumplir con el estándar 1.1.1 del Código, la Ley de Comercio Justo de 1986 y la Ley de Alimentos de 2014.

Imagen: Ejemplo de información en etiquetados de alimentos en Nueva Zelanda⁴.

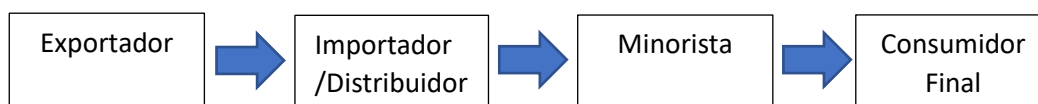


Leyenda:

- 1.- Panel de Información Nutricional
- 2.- Porcentajes
- 3.- Identificación de alimentos
- 4.- Información sobre alergias o intolerancias
- 5.- Fecha de producción
- 6.- Lista de ingredientes
- 7.- La información debe ser cierta/verdadera
- 8.- Aditivos alimentarios
- 9.- Información sobre uso y almacenamiento
- 10.- Información legible, en inglés.
- 11.- País de origen
- 12.- Afirmaciones sobre salud y nutrición

4.4. Canales de comercialización

Típicamente los importadores en Nueva Zelanda son centrales de compras para cadenas de supermercados o puntos de venta en línea. En ese aspecto se podría graficar los canales de comercialización de la siguiente manera:



Los centros de distribución se concentran en torno a las ciudades de Auckland y Wellington, en la Isla Norte, y Christchurch y Dunedin, en la Isla Sur. La distribución minorista de productos alimenticios se realiza principalmente a través de cadenas tales como los supermercados Countdown,

⁴ En: <https://www.foodstandards.govt.nz>

New World, Pack & Save, entre otros, además de puntos de venta en línea, tales como Vetro Mediterranean Foods, Ballantynes, The Shelter, entre otros.

4.5. Precio (evaluación de precios en el mercado de destino)

En el cuadro a continuación se ha incluido los precios de las principales marcas de aceitunas de mesa disponibles en Nueva Zelanda, a través de supermercados y puntos de venta en línea. Como puede apreciarse, los precios varían desde los NZD 0.84 por 100gr hasta los NZD 13.72 por 100gr. En ese escenario, para la venta de aceitunas peruanas se podría considerar un precio dentro de dicho rango, dependiendo de la calidad del producto, la calidad del envase, entre otras consideraciones del exportador.

Tabla 16

Precios de aceitunas de mesa en venta/disponibles en Nueva Zelanda

| Empresa | Punto de venta | Marca | Producto | Descripción | Precio | Imagen |
|----------------|---|--------|------------------------------|--|--------------------------------------|--------|
| Sapounas & Co. | www.countdown.co.nz Countdown | Pelion | Aceitunas negras en salmuera | Aceitunas negras enlatadas en salmuera. Origen: Grecia. | NZD 7.30 (430gr) NZD 1.70 / 100gr | |
| Pams | www.newworld.co.nz New World | Pams | Aceitunas negras | Aceitunas negras deshuesadas. Origen: España. | NZD 2.99 (354gr) NZD 0.84/100gr | |

| | | | | | | |
|--------------------|---|----------------|------------------------------|---|---|---|
| Gaea Products S.A. | www.nz.iherb.com iHerb | Gaea | Aceitunas verdes deshuesadas | Aceitunas verdes deshuesadas marinadas con chili y pimienta negra. Origen: Grecia. | NZD 4.16 (65gr) NZD 6.4 / 100gr |  |
| Sunfood | www.nz.iherb.com iHerb | Sunfood | Aceitunas negras deshuesadas | Aceitunas negras de botija deshuesadas. Origen: Perú. | NZD 31.14 (227gr) NZD 13.72 /100gr |  |
| D'arco | www.vetrotaranaki.co.nz Vetro Mediterranean Foods | D'arco | Aceitunas negras deshuesadas | Aceitunas negras deshuesadas de Leccino. Origen: Italia. | NZD 5.99 (300gr) NZD 1.99/100gr |  |
| Telegraph Hill | www.ballantynes.co.nz Ballantynes | Telegraph Hill | Aceitunas Tradicionales | Aceitunas de mesa en salmuera. Origen: Nueva Zelanda | NZD 10.00 (300gr) NZD 3.33/100gr |  |

| | | | | | | |
|-----------|---|-----------|-----------------------|---|--|---|
| Iliada | www.vetrotaranaki.co.nz Vetro Mediterranean Foods | Iliada | Aceitunas de Kalamata | Aceitunas de mesa, con pepa, en vinagre. Origen: Kalamata - Grecia | NZD 6.99 (370gr) NZD 1.89/100gr |  |
| Number 29 | www.theshelteronline.com The Shelter | Number 29 | Aceitunas de mesa | Aceitunas verdes de mesa. Origen: Nueva Zelanda | NZD 11.90 (250gr) NZD 4.76/100gr |  |

Fuente: Varias

Elaboración: Propia

4.6. Promoción

4.6.1. Directa (ferias)

Uno de los eventos más importantes en Nueva Zelanda para la promoción de alimentos es la feria denominada The Food Show⁵. Dicho evento se lleva a cabo una vez al año, de manera presencial, en las principales ciudades del país: Auckland, Wellington y Christchurch. Este tipo de ferias es adecuado para promocionar productos que ya se encuentren disponibles en el mercado, aunque no lo es tanto para generar contactos con importadores ni para promocionar productos que aún no se encuentran disponibles en el mercado.

En la tabla a continuación se incluye información sobre dicha feria.

Tabla 17

Feria The Food Show – Nueva Zelanda

⁵ Ver: <https://www.foodshow.co.nz/>

| | |
|---------------------|---|
| Logo/Anuncio |  |
| Lugar | Auckland, Wellington, Christchurch. |
| Fechas 2021 | Christchurch: 9 - 11 Abril 2021 Wellington: 28 - 30 Mayo 2021 Auckland: 29 Julio - 1 Agosto 2021 |
| Frecuencia | Una vez al año en cada ciudad. |
| Año | Se muestra fechas del año 2021 |
| Organizador | XPO Exhibitions |
| Contacto | https://www.foodshow.co.nz/contact/ (ver formulario de contacto en el enlace) Dirección postal: PO Box 9682, Newmarket, Auckland, 1144 New Zealand. Tlf. Fijo: +64 9 976 8307 Fax: +64 9 378 7659 |

Esta feria tiene formato de evento presencial. Debido a la pandemia de la COVID-19, en el 2020 no se pudo llevar a cabo. Al mantener Nueva Zelanda un razonable control de la propagación de la pandemia al interior del país, se espera que durante el 2021 la feria se pueda llevar a cabo en las tres ciudades referidas, aunque ello dependerá de la evolución de la pandemia.

Otra feria relevante para la promoción de aceitunas a potenciales clientes neozelandeses es la Expoalimentaria Virtual 2021, organizada anualmente en el Perú. Se trata de la principal plataforma de negocios en Latinoamérica y reúne a los sectores de alimentos, bebidas, maquinaria, servicios, envases y embalajes para la industria alimentaria.

En la tabla a continuación se incluye información sobre dicha feria.

Tabla 18

Feria Expoalimentaria Virtual 2021 – Lima-Perú

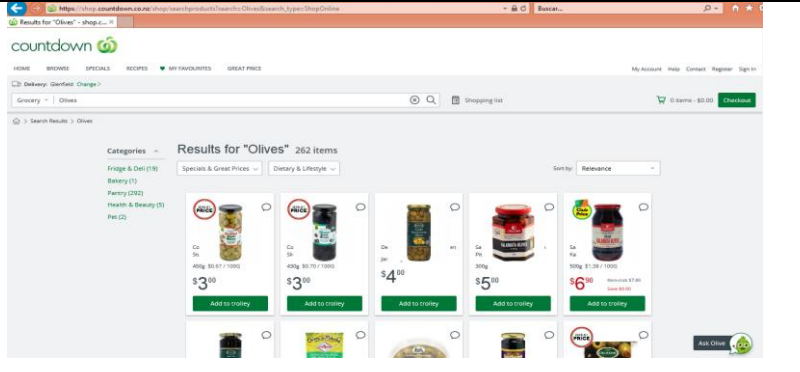
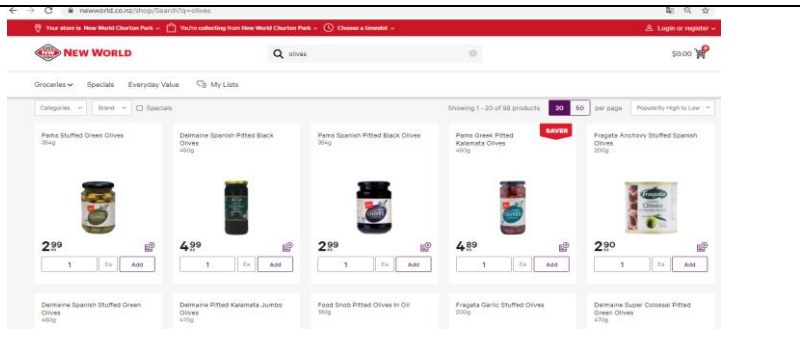
| | |
|----------------------------|---|
| Logo (edición 2020) |  |
| Lugar | Lima (virtual) |
| Fechas 2021 | 27/09/2021 al 10/08/2021 |
| Frecuencia | Una vez al año. |
| Año | 2021 |
| Organizador | ADEX |
| Contacto | https://www.b2peru.pe/es/product/128/expoalimentaria informacion@b2peru.pe |

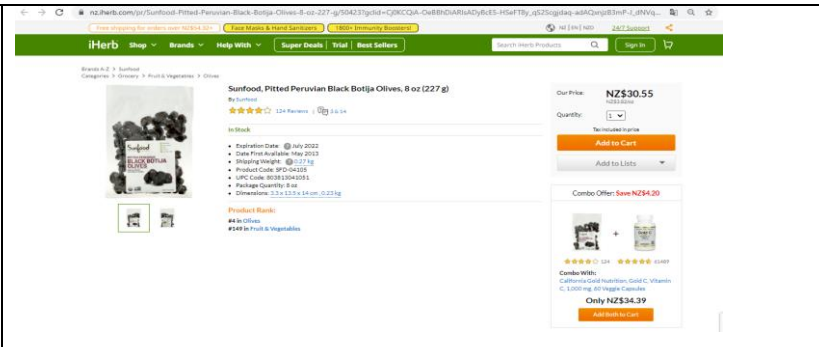
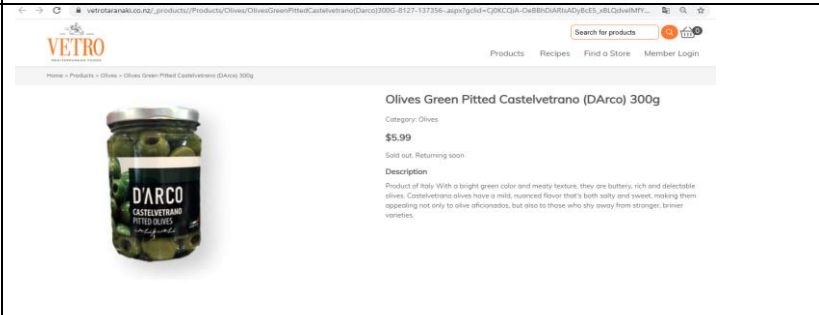

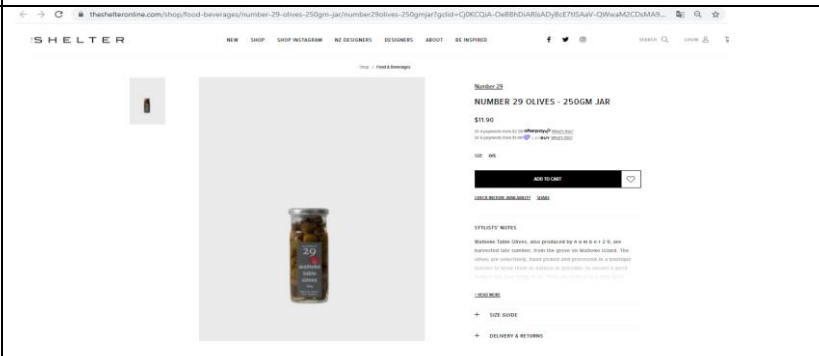

Fuente: ADT

Elaboración: Propia

4.6.2. Indirecta (e-commerce, market place)

En Nueva Zelanda no se puede encontrar plataformas B2B para la promoción y exhibición de productos. Sin embargo, sí se encuentran plataformas de ventas en línea, tales como Amazon y otras de los distribuidores o puntos de venta en línea, según se detalla a continuación:

| | |
|--|--|
| <p>Countdown (NZ) www.countdown.co.nz</p> |  |
| <p>New World (NZ) www.newworld.co.nz</p> |  |

| | |
|---|---|
| <p>iHerb</p> <p>www.nz.iherb.com</p> |  <p>Screenshot of the iHerb website showing the product page for Sunfood, Pitted Peruvian Black Botija Olives, 8 oz (227 g). The page includes a product image, a star rating of 4.5, and a price of NZ\$30.55. It also features a 'Combo Offer' for \$24.20 and an 'Add to Cart' button.</p> |
| <p>Vetro Mediterranean Foods (NZ)</p> <p>www.vetrotaranaki.co.nz</p> |  <p>Screenshot of the Vetro website showing the product page for Olives Green Pitted Castelvetrano (D'Arco) 300g. The page features a product image, a price of \$5.99, and a description of the olives' flavor and texture.</p> |
| <p>Ballantynes (NZ)</p> <p>www.ballantynes.co.nz</p> |  <p>Screenshot of the Ballantynes website showing the product page for Traditional Olives 300g. The page displays a product image, a price of \$10, and an 'ADD TO CART' button.</p> |
| <p>The Shelter</p> <p>www.theshelteronline.com</p> |  <p>Screenshot of the The Shelter website showing the product page for Number 29 Olives - 250GM JAR. The page includes a product image, a price of \$11.90, and a 'BUY NOW' button.</p> |
| <p>Amazon</p> <p>www.amazon.com</p> |  <p>Screenshot of the Amazon website showing the product page for Pearls, Aceitunas Negras Grandes, 6 oz, 6 latas. The page features a product image, a price of \$25.99, and a 'Comprar' button.</p> |

Fuente: Varias
Elaboración: Propia

4.7. Clientes potenciales

A continuación, se muestra los datos de contacto de potenciales clientes en Nueva Zelanda para la venta de aceitunas preparadas.

Tabla 19

Clientes potenciales de aceitunas preparadas en Nueva Zelanda

| | Empresa | Correo electrónico | Teléfono | Página Web |
|---|---|---------------------------|------------------|------------------------|
| 1 | Delmaine Fine Foods | enquiries@delmaine.co.nz | 0800 335 624 | www.delmaine.co.nz |
| 2 | Davis Trading Co Ltd | sales@davis.co.nz | +64 (4) 568-2009 | https://davis.nz/ |
| 3 | Service Foods | ar@servicefoods.co.nz | +64 (4) 586 2162 | www.servicefoods.co.nz |
| 4 | Simplot Australia (oficina Nueva Zelanda) | info@simplot.com.au | 0800 448 613 | www.simplot.com.au |

Fuente: Adex Consulting

Elaboración: Propia

5. Capítulo 5: Conclusiones

- El Perú es productor de aceitunas y viene exportando el producto “aceitunas, preparado o conservado en vinagre o ácido acético” a distintos países. Actualmente las empresas peruanas que exportan dicho producto no son muy numerosas y la información sobre dichas exportaciones es algo escasa. En Nueva Zelanda existe una oferta algo variada del producto tanto de producción local como por importación, así como numerosos competidores productores e importadores, incluyendo plataformas de venta en línea.
- La producción de aceitunas en el Perú ha venido incrementando entre el 2015 y el 2019, de las 38,427 Tn a las 190,986 Tn. La aceituna se cosecha entre los meses de marzo y octubre, teniendo mayor productividad durante los meses de abril a junio y menor productividad durante setiembre y octubre. En cuanto a las exportaciones de aceitunas éstas se mantuvieron relativamente constantes entre los años 2016 y 2017, e incrementaron en un 205.9% (valor FOB) y 190.5% (Peso Neto) entre los años 2017 y 2018. Entre los años 2018 y 2020, ambos valores disminuyeron a niveles similares a los del año 2016. Como destino, dichas exportaciones se concentran principalmente en los Estados Unidos, aunque también se viene

exportando a Australia, lo que resulta relevante para Nueva Zelanda debido a la proximidad de ambos mercados.

- En cuanto al panorama internacional España es el principal productor de la subpartida nacional de aceitunas, preparados o conservados en vinagre o ácido acético, con una participación del 30.64% de la producción mundial del 2019, en toneladas. El segundo productor más importante es Italia, cuya producción en el año 2019 representa el 11.2% de la producción mundial de ese año. El tercer país en volumen de producción de aceitunas es Marruecos, con un 9.8%, país que viene incrementando su producción ligera pero sostenidamente desde el año 2017. Grecia es el quinto país en el ranking.
- En cuanto al mercado de destino, Nueva Zelanda, en valor FOB, el principal proveedor del producto es Australia. En el año 2019 vendió a Nueva Zelanda el 20% del total importado por este país de sus diez principales proveedores de aceitunas. Le siguen China (15%), España (13.57%) e India (13.34%). Por otro lado, en Peso Neto, el principal proveedor de Nueva Zelanda es China. En el año 2019 Nueva Zelanda importó de sus diez principales proveedores 3905 Toneladas de aceitunas. China vendió a Nueva Zelanda el 20.3% de dicho total. Le siguen Australia (17.66%) e India (15.59%), como los casos más representativos. Cabe destacar que el Perú se encuentra dentro de este ranking, en el noveno lugar, con una participación del 3.4% de las importaciones de Nueva Zelanda en el 2019.
- En cuanto a tendencias en el mercado neozelandés, en los últimos años se viene dando una mayor tendencia hacia opciones no alergénicas, de bajas calorías, libres de gluten y saludables. Países de la región o del Asia, como Australia, Japón y China han experimentado una nueva fuente de demanda de aceitunas de mesa, debido a la cultura de rellenos y toppings de aceitunas, como en la cocina Mediterránea. Asimismo, la demanda global de aceitunas de mesa se ha incrementado también debido al uso de aceitunas como snacks.
- En cuanto acceso al mercado, los requisitos sobre barreras arancelarias y no arancelarias son claras y se encuentran al alcance de los interesados. Asimismo, es común el uso de certificaciones voluntarias tales como la referida en este perfil para productos orgánicos. La indicación del país de origen en el empaque de los productos no es obligatoria, aunque es común.

- Para efectos de la promoción del producto se puede considerar la publicidad a través de las plataformas de venta en línea disponibles, así como de manera presencial, cuando el producto haya ingresado al país, a través de la feria The Food Show, así como a través de la Expoalimentaria Virtual 2021 y sucesivas ediciones de la Feria Expoalimentaria. Ello sin perjuicio de las labores de promoción comercial que se puede organizar a través de nuestra Embajada en Nueva Zelanda y/o la Oficina de Comercio Exterior (OCEX) en Sydney.

6. Capítulo 6: Recomendaciones

- Sería de utilidad coordinar con el Ministerio de Relaciones Exteriores una estrategia para incrementar las exportaciones del producto a Nueva Zelanda en coordinación con nuestra Embajada en Wellington y la OCEX en Sydney. Dicha estrategia podría considerar hacer notar las ventajas cualitativas del producto peruano, así como generar confianza en el mercado neozelandés. Es necesario que el producto sea más conocido en Nueva Zelanda y que tanto los importadores como los consumidores adquieran confianza en la calidad del producto y la fiabilidad de los actores peruanos (productores, exportadores, etc).
- Podría ser de utilidad considerar, como parte de la estrategia indicada en el punto anterior, la experiencia de exportaciones realizadas desde el Perú hacia Australia, debido a las similitudes entre ambos mercados.
- Si bien los principales productores de aceitunas en el mundo se encuentran en el continente europeo, se puede apreciar que los principales proveedores del producto a Nueva Zelanda son Australia, China e India, es decir, están ubicados en lugares más próximos. En ese sentido podría ser de utilidad evaluar si hubiera potenciales ventajas en términos de eficiencia y precio para las exportaciones a Nueva Zelanda desde el Perú.
- Teniendo en cuenta la creciente preferencia en Nueva Zelanda por productos saludables, podría ser conveniente identificar elementos que diferencien el producto peruano del de otros países en términos de su riqueza y valores nutricionales y de salud, así como evaluar su complementariedad con otros productos o derivados (aceitunas rellenas, aceite de oliva) a fin de ampliar la oferta peruana.

- Asimismo, teniendo en cuenta la creciente preferencia en Nueva Zelanda por productos saludables podría ser recomendable considerar la certificación del producto como orgánico y procurar que en los empaques se incluya la indicación del país de origen, a fin de que el consumidor pueda distinguir y reconocer el producto, así como sus cualidades frente a productos de otros países.
- Para efectos de la promoción del producto se sugiere considerar la inclusión del producto entre aquellos que puedan ser promocionados por la OCEX – Sydney y la Embajada del Perú en Wellington en la feria The Food Show. Se sugiere también considerar la invitación de potenciales clientes/importadores neozelandeses a la Expoalimentaria Virtual 2021 y sucesivas ediciones de la Feria Expoalimentaria.

7. Bibliografía, Referencias y Fuentes consultadas

- *ADEX*. (s.f.). Obtenido de www.adexdatatrade.com
- *Agricultural Marketing Service*. (s.f.). Obtenido de www.ams.usda.gov
- *Amazon*. (s.f.). Obtenido de www.amazon.com
- *B2 Perú*. (s.f.). Obtenido de www.b2peru.pe/es/product/128/expoalimentaria
- *Boutique, T.* (s.f.). Obtenido de www.taylorboutique.co.nz
- *Countdown*. (s.f.). Obtenido de www.countdown.co.nz
- *Dirección Regional de Tacna*. (s.f.). Obtenido de www.agritacna.gob.pe
- *Doña Isabel*. (s.f.). Obtenido de www.donaisabel.com
- *Empresas Nobex*. (s.f.). Obtenido de www.agronobex.com
- *FAO Stats*. (s.f.). Obtenido de www.fao.org
- *Food Standards Australia New Zealand (FSANZ)*. (s.f.). Obtenido de www.foodstandards.gov.au
- *Healthline*. (s.f.). Obtenido de www.healthline.com/nutrition/foods/olives
- *How to Get USDA Organic Certification*. (s.f.). Obtenido de The Balances Mb: www.thebalancesmb.com/get-usda-organic-certification-2538057
- *iHerb*. (s.f.). Obtenido de www.nz.iherb.com
- *Market Access Map*. (s.f.). Obtenido de www.macmap.org
- *Minagri, M. d.* (s.f.). *Sistema Integrado de Estadística Agraria – SIEA*. Obtenido de www.siea.minagri.gob.pe/portal/
- *Ministerio de Industrias Primarias de Nueva Zelanda MPI*. (s.f.). Obtenido de www.mpi.govt.nz
- *Network, S.* (s.f.). Obtenido de <https://www.sial-network.com/>
- *New World Supermarkets*. (s.f.). Obtenido de www.newworld.co.nz
- *Shelter Onlie*. (s.f.). Obtenido de www.theshelteronline.com
- *Show, T. F.* (s.f.). Obtenido de www.foodshow.co.nz
- *SIICEX*. (s.f.). Obtenido de www.siicex.gob.pe
- *Standards New Zealand*. (s.f.). Obtenido de www.standards.govt.nz
- *Store, V. M.* (s.f.). Obtenido de www.vetrotaranaki.co.nz
- *Superfoods, S.* (s.f.). Obtenido de www.sunfood.com
- *Supermercados Metro*. (s.f.). Obtenido de www.metro.pe
- *TheMarket*. (s.f.). Obtenido de www.themarket.com/nz
- *Trade Map*. (s.f.).

- Vivanda, S. (s.f.). Obtenido de www.vivanda.com.pe