

La calidad, la salud, la presentación y la procedencia, principales factores en la decisión de compra de aceite de oliva en Singapur

La calidad o el sabor del aceite, los beneficios para la salud, la presentación y la procedencia son los principales factores en la decisión de compra de aceite de oliva en Singapur. De hecho, en las estanterías de los establecimientos comerciales es frecuente observar el nombre y la bandera del país de origen del producto, según se desprende de un informe de ICEX España Exportación e Inversiones.

En lo que se refiere al perfil local consumidor de aceite de oliva, éste sigue siendo una persona joven o de mediana edad, con alto poder adquisitivo y nivel cultural, habituada e interesada por las costumbres occidentales y conocedora de la cocina mediterránea. Aunque el colectivo es aún pequeño, se observa un interés creciente por consumir alimentos saludables como el aceite de oliva.

Según este informe, el singapurense de clase media suele desconocer las propiedades y beneficios que diferencian al aceite de oliva del resto de aceites y grasas para cocinar y su cultura culinaria se basa en el uso de aceites vegetales de menor coste como los de soja, palma, colza, cacahuete o sésamo, usados tradicionalmente en los establecimientos de comida preparada y bajo coste, ya que es un país donde comer fuera de casa es un hábito muy extendido.

El Gobierno de Singapur, desde el Ministerio de Sanidad, está promoviendo y regulando los aceites más saludables, con la certificación Healthier Choice y con la limitación desde el año 2015 a usar o vender aceites y grasas que no contengan más de 1,5 gramos de grasas trans por cada 100 gramos en todos los alimentos y productos cocinados en todos los puntos de venta y minoristas.

ICEX ha precisado que siete de cada diez singapurenses son conscientes del símbolo Healthier Choice y el 69% de los mismos han tenido en cuenta su importancia al adquirir alimentos más saludables. Por ello, “se espera que estas medidas , junto con el alto poder adquisitivo en Singapur, contribuyan a ampliar el público objetivo, y por tanto, las ventas del aceite de oliva en el país.

Para este organismo, el mercado singapuerense de aceite de oliva resulta de especial interés para las empresas españolas del sector, ya que el grado de dependencia de la importación supone el 100% del consumo, al no haber producción propia del país.

España e Italia lideran las importaciones de aceite de oliva de Singapur a lo largo de los últimos cinco años, alcanzando entre ambos países una cuota conjunta de importación superior al 80%. La tasa anual de crecimiento compuesto de España es del 9%, superior a Italia que ha alcanzado un 5% en el mismo período considerado.

Para poder operar en este mercado, el importador o distribuidor local debe ser una empresa registrada en el país y contar con el correspondiente permiso concedido por las autoridades competentes para la importación de cada producto en particular. Asimismo, el aceite de oliva debe cumplir con las normas establecidas por la Agri-Food and Veterinary Authority os Sinagpore (AVA), que será la responsable de asegurar el suministro de alimentos en condiciones sanitarias óptimas para su consumo en el país.

El estudio asegura que se espera que el precio medio unitario de aceites y grasas disminuya levemente durante los próximos años, debido a la madurez de la categoría, ya que los fabricantes son propensos a ofrecer promociones de precio y/o empaquetado con el fin de mantener la competitividad. Los consumidores también muestran cierta propensión a comprar diferente variedad de marcas gracias a la amplia oferta y el mayor conocimiento del producto. Esta tendencia, en su opinión, quedaría contrarrestada por el aumento de la demanda de productos saludables y por el que algunos consumidores con alto poder adquisitivo pasen a consumir variedades Premium de aceites.

Lien article : <http://www.mercacei.com/noticia/47347/actualidad/la-calidad-la-salud-la-presentacion-y-la-procedencia-principales-factores-en-la-decision-de-compra-de-aceite-de-oliva-en-singapur.html>