



Brasil, un mercado de grandes oportunidades para el aceite de oliva

Un estudio de ICEX España Exportación e Inversiones apunta que las oportunidades para las empresas de aceite de oliva en Brasil son múltiples: un mercado emergente con consumo creciente, dependencia casi total de la importación para abastecer la demanda nacional, preocupación por una alimentación más sana y sofisticación progresiva de la clase media consumidora, cada vez más interesada en la gastronomía.

Brasil es el octavo mayor consumidor de aceite de oliva del mundo, siendo responsable de alrededor del 2,9% consumo mundial. Este país consume más aceite de oliva que países como, por ejemplo, Alemania, Japón, China, Reino Unido y Rusia.

Además, como más del 99% del aceite de oliva consumido en Brasil es importado, este país es uno de los grandes mercados mundiales del presente y del futuro para las empresas exportadoras españolas de aceite de oliva.

El consumidor brasileño tiene una muy buena percepción del aceite de oliva español

En 2020, Brasil realizó importaciones de aceite de oliva por valor de 429 millones de dólares y 110.000 toneladas, equivalentes al 5,5% de las importaciones mundiales. Portugal es el país con mayor presencia en el mercado brasileño, ya que exportó el 66% de todo el aceite importado por el gigante sudamericano. España, por su parte, es el segundo mayor suministrador de aceite a Brasil con un 14% del total.

Según ICEX, a pesar de que Brasil no es un gran productor de aceite de oliva, existe cierta producción local que en 2020 alcanzó 240.000 litros, es decir, menos del 1% del consumo nacional. La producción brasileña de aceite de oliva está concentrada en las regiones del sur del país y disfruta de un claro apoyo institucional para su desarrollo, siendo un aceite de alta calidad y orientado al segmento Premium.

No obstante, este organismo señala que debido a limitaciones técnicas y geográficas no se prevé, a corto plazo, que pueda cubrir una parte sustancial de la demanda brasileña.





El aceite más consumido en Brasil es el aceite de soja, con dos tercios del valor de las ventas totales de aceite del país. El aceite de oliva es el segundo aceite más importante en términos de valor y, en 2020, fue el aceite que más crecimiento experimentó. Otros aceites de gran consumo en Brasil son el aceite de palma, el aceite de colza, el aceite de maíz y el aceite de girasol.

En cuanto a la demanda de aceite de oliva en Brasil, el consumo per cápita es de 0,5 litros por año, un dato similar al de países como EEUU o Alemania. En concreto, los brasileños usan el aceite de oliva para estofar, terminar platos, elaborar salsas, cocinar platos y, sobre todo, para aliñar ensaladas.

El perfil medio del comprador de aceite de oliva corresponde a una mujer, de entre 21 y 40 años, con unos ingresos familiares medios de entre uno a tres salarios mínimos (166 a 500 euros), nivel educativo medio y con ausencia de historial familiar de enfermedades crónicas. Asimismo, los factores de compra más relevantes entre los consumidores brasileños son el grado de acidez, el precio, el origen del aceite y la marca. Por último, del etiquetado, los consumidores se fijan, primordialmente, en la caducidad, el origen y en la acidez del aceite.

A su vez, según el estudio de ICEX, el consumidor brasileño tiene una muy buena percepción del aceite de oliva español. Según diversas encuestas, España es el segundo país mejor valorado en los productos de aceite de oliva, únicamente superado por Portugal. A su juicio, el uso de insignias y banderas que indiquen el origen español del producto aporta una clara ventaja competitiva en el mercado, ya que el consumidor brasileño tiende a asociar la calidad del producto directamente con su origen.

Las perspectivas y oportunidades de futuro del mercado de aceite de oliva en Brasil son muy alentadoras

El canal de venta más importante es el canal minorista, dentro del cual destacan los supermercados, los hipermercados y las tiendas de ultramarinos independientes. Asimismo, en los últimos años ha florecido un ecosistema de tiendas gourmet especialmente interesantes para la distribución de aceite gourmet. El segundo canal más importante, el canal Horeca, ha sufrido serias dificultades como consecuencia de la pandemia de COVID-19 y el cierre de miles de restaurantes. Además, el comercio electrónico es más que una realidad en Brasil. En 2020, el mercado electrónico brasileño experimentó el cuarto mayor crecimiento del mundo. A pesar de sólo representar el 1% de las ventas de



aceite de oliva en Brasil, el e-commerce es un canal muy interesante, en especial para productos gourmet.

Las barreras de entrada en Brasil no son especialmente altas para el aceite de oliva. La barrera arancelaria es de un 10% y de entre las barreras no arancelarias destacan la necesidad de adaptar los rótulos de los productos de acuerdo con la normativa brasileña y el análisis del producto por parte del Ministerio de Agricultura, Pecuaria y Abastecimiento de Brasil (MAPA).

Para ICEX, las perspectivas y oportunidades de futuro del mercado de aceite de oliva en Brasil son muy alentadoras. Así, del año 2021 al 2025 se espera un crecimiento anual en valor del 9,8%. Entre los diferentes factores que explican este encomiable crecimiento está la búsqueda de una dieta más saludable por parte de la población brasileña.

Además, analizando las partidas de las importaciones de aceite de oliva, este organismo observa que hay un gran crecimiento en las importaciones de aceite de precio asequible. Igualmente, también se espera el aumento de aceites de calidad gourmet, gracias al desarrollo del conocimiento y del interés de consumidores foodies, de la labor de promulgación de los estudiosos del aceite y del incipiente ecosistema de tiendas gourmet.

Por último, y como consecuencia directa de la pandemia del COVID-19, en el año 2020 aumentó de manera exponencial el consumo en los hogares. En el futuro próximo se espera que este consumo en los hogares se consolide gracias al aumento del conocimiento por los consumidores de los múltiples usos del aceite de oliva en la cocina, más allá del empleo como aliño de ensaladas.

La principal amenaza en estos momentos para la importación de aceite español en Brasil es el tipo de cambio. La aguda desvalorización de la moneda local, el real, encarece las importaciones y es una preocupación recurrente de los importadores.

Lien article : <https://www.mercacei.com/noticia/55405/actualidad/brasil-un-mercado-de-grandes-oportunidades-para-el-aceite-de-oliva.html>

