

2019

Aceites Naturales



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

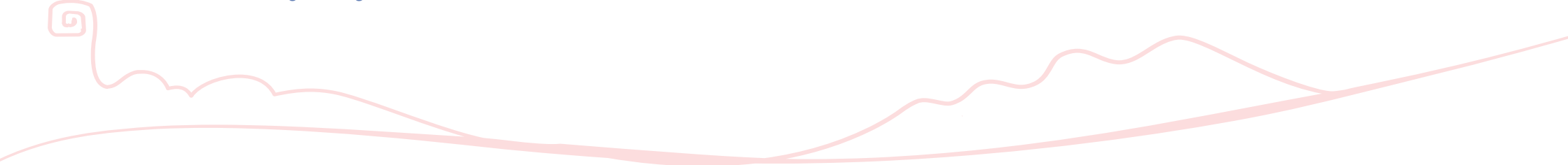




ACEITES NATURALES

Índice

01. Características generales del producto	06	08. Cadena de valor	72
02. Tamaño de mercado	10	09. Perfil del comprador	82
03. Análisis de la demanda	26	10. Actividades de promoción	83
04. Auditoría en tiendas	29	11. Oficinas y gremios	85
05. Atributos y percepción del producto	44	12. Fuentes de información	86
06. Condiciones de acceso al mercado	47		
07. Canales de comercialización y distribución	63		



01

1. Características generales del producto

1.1. Descripción del producto

Dentro de este perfil de aceites naturales están incluidos:

- Aceites esenciales (no masivos)
- Vegetales (no origen animal)
- Comestibles (con un uso culinario o dietético)
- Aceites disponibles de origen peruano

Por lo tanto, se centra en el aceite de Aguacate (palta), Chía, Sacha Inchi y Nuez de Brasil y con menor enfoque en el

aceite de semilla de maracuyá, granada y aguaje (buriti).

La estadística e información general incluyen todos los aceites vegetales no masivos para indicar tendencias en el mercado o por falta de información de aceites específicos.

Los aceites masivos se han dejado fuera de consideración tanto como sea posible, que incluyen los aceites usados a nivel industrial como aceite de soja, palma, oliva, girasol, cártamo, canola, colza y sésamo.

1.2. Fichas técnicas

Aceite	Tipo	Uso principal	Beneficios
Aceite de avocado (palta)	Fruta	Alimento, cosmético	Contenido de ácido graso insaturado de hasta el 75% Alto contenido de ácido oleico (omega-9), ácido linoleico (omega-6) y ácido palmítico Contiene vitamina E natural Alto contenido de materia insaponificable con fitoesteros y escualeno
Aceite de sachá inchi	Nuez	Alimento, cosmético, farmacéutico	Alto contenido de ácido alfa-linolénico (C18:3, omega-3), linoleico (C18:2, omega-6) y oleico (C18:1, omega-9) Contiene fitoesteros valiosos Alto en antioxidantes (p.ej. vitamina E) y resistente a la oxidación

Aceite	Tipo	Uso principal	Beneficios
Aceite de chía	Semilla	Alimento, cosmético, farmacéutico	Alto contenido de ácido oleico omega-3 esencial y ácido α -linoleico (C18:3) Contiene ácido linoleico oleico esencial (C18:2, omega-6)
Aceite de castaña (nuez de Brasil)	Nuez	Alimento, cosmético	Alto en ácido oleico y linoleico
Aceite de semilla de maracuyá	Semilla	Cosmético	Alto contenido de ácido linoleico, el ácido oleico y ácido palmítico Alto contenido de vitamina A
Aceite de semilla de granada	Semilla	Cosmético	Alto porcentaje del ácido púrico (C18:3) Ligeramente viscoso debido a la composición de los ácidos Contiene fitohormonas, antocianinas y fitoesteros
Aceite de aguaje (buriti)	Fruta	Cosmético, Alimento, farmacéutico	Contiene fitohormonas Alto contenido de betacaroteno (vitamina A)

1.3. Usos y formas de consumo

Los aceites comestibles tienen diferentes tipos de uso, tanto como saborizante como alimento funcional¹.

Formas de consumo	Tipo de uso	Aceites peruanos	Aceites comunes para el uso indicado
Para freír (caliente)	Culinario-funcional	Aceite de aguacate, castaña	aceite de girasol, oliva (no virgen), coco, maní, soja, colza o grasa/mantequilla.
Para ensaladas, pastas y salsas (frío)	Culinario	Aceite de sachá inchi, aguacate	Aceite de oliva (virgen)

(1) Dentro del aspecto funcional también hay una multitud de usos cosméticos o farmacéuticos que no están en el alcance de este estudio.

Formas de consumo	Tipo de uso	Aceites peruanos	Aceites comunes para el uso indicado
Suplemento dietético (como pastillas o en el yogurt)	Funcional	Aceite de sacha inchi, chía	Aceite de pescado, linaza
Industria alimentaria (ingrediente en alimentos preparados)	Funcional		Aceite de palma, colza, girasol
Industria cosmética o farmacéutica	Funcional	Aceite de sacha inchi, chía, aguacate, castaña	Coco, Jajoba (no comestible), argán

Los aceites especiales de Perú, como de aguacate y de sacha inchi, llevan importancia en el uso culinario o como suplemento dietético.

En la industria alimentaria o en el uso en la cocina (para freír) el costo del producto es un factor decisivo. La industria alimentaria busca constantemente formas de hacer que los productos sean más sanos, más sabrosos o más duraderos. Por lo tanto tiene una gran variedad de aplicaciones de aceites como ingrediente. Las categorías de productos en las que los aceites y las grasas desempeñan un papel importante incluyen:

- Productos de panadería, como pastelería: la consistencia de la grasa y el sabor y la sensación bucales correctos son de gran importancia.
- Mejoradores de pan, rellenos de crema,

polvos y mezclas utilizados por panaderos profesionales.

- Confeitería y chocolate. Por ejemplo, para unir chocolate a una galleta, o como sustituto de la manteca de cacao o la grasa de la leche.
- Helados y productos de helados, en los que las grasas desempeñan un papel importante en el sabor, la sensación en la boca y la consistencia del producto.
- Chips, papas fritas y bocadillos de carne (p.ej. "bitterballen"). Estos productos a menudo se fríen y luego absorben el aceite o la grasa durante la fritura. También hay bocadillos de carne que no están fritos, pero donde la grasa está presente o se agrega como ingrediente.
- Productos fritos en aceite, como por ejemplo las donas y las bolas fritas típicas de Holanda para año nuevo ("oliebollen").

Ejemplos



Aceite culinario



Suplemento dietético



Comercio / uso masivo



"oliebollen"



"bitterballen"



02

2. Tamaño de mercado

En el mercado de semillas oleaginosas, aceites, grasas y productos relacionados los Países Bajos tenía un interés comercial en el año 2017 de EUR 11,8 mil millones de importación y EUR 10,1 mil millones de exportación. Los aceites más usados en el mercado holandés en 2017 fueron aceite de palma (39%), aceite de nabo (18%), aceite de soja (14%) y aceite de girasol (13%).

Según [MVO](#), la organización para la cadena de aceites y grasas, los Países

Bajos tomó el primer plazo en el refinado y almacenamiento de aceites en Europa y el cuarto plazo en la industria de trituration. El país tiene la fortaleza en los aceites masivos y no tanto en los aceites especiales o culinarios.

Sin embargo, en este perfil de aceites peruanos se enfoca principalmente en los aceites especiales, definidos por los códigos clasificados del Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías.

Clasificación arancelaria de La Unión Europea y Países Bajos	
1515.90	Grasas y aceites vegetales fijos y sus fracciones, incl. refinados, sin modificar químicamente (exc. aceites de soja "soya", cacahuete "caca-huate, mani", oliua, palma, girasol, cártamo, algodón, coco "copra", almendra de palma, babasú, nabo "nabina", colza, mostaza, lino "linaza", maíz, ricino, tung y sésamo "ajonjolí")
	- - Aceite de tung; aceites de jojoba y de oiticica; cera de mírca y cera del Japón; sus fracciones
1515.90.11	- - Aceite de tung; aceites de jojoba y de oiticica; cera de mírca y cera del Japón; sus fracciones
	- - Aceite de semilla de tabaco y sus fracciones:
	- - - Aceite en bruto:

Clasificación arancelaria de La Unión Europea y Países Bajos	
1515.90.21	- - - - Que se destine a usos técnicos o industriales (excepto la fabricación de productos para la alimentación humana)
1515.90.29	- - - - Los demás
	- - - Los demás:
1515.90.31	- - - - Que se destinen a usos técnicos o industriales (excepto la fabricación de productos para la alimentación humana)
1515.90.39	- - - - Los demás
	- - Los demás aceites y sus fracciones:
	- - - Aceites en bruto:
1515.90.40	- - - - Que se destinen a usos técnicos o industriales (excepto la fabricación de productos para la alimentación humana)
	- - - - Los demás:
1515.90.51	- - - - - Concretos, en envases inmediatos de contenido neto inferior o igual a 1 kg
1515.90.59	- - - - - Concretos, que se presenten de otra forma; fluidos
	- - - Los demás:
1515.90.60	- - - - Que se destinen a usos técnicos o industriales (excepto la fabricación de productos para la alimentación humana)
	- - - - Los demás:
1515.90.91	- - - - - Concretos, en envases inmediatos de contenido neto inferior o igual a 1 kg
1515.90.99	- - - - - Concretos, que se presenten de otra forma; fluidos:
1515.90.99.20	- - - - - Aceite de avellanas
1515.90.99.92	- - - - - Aceite de avellanas
1515.90.99.99	- - - - - Los demás

Fuente: [TARIC](#), [ITC TradeMap](#)

Clasificación arancelaria de Perú

1515	Las demás grasas y aceites vegetales fijos (incluido el aceite de jojoba), y sus fracciones, incluso refinados, pero sin modificar químicamente.
1515.90.00	- Los demás:
1515.90.00.10	-- Aceite de tung y sus fracciones
1515.90.00.90	-- Los demás

Fuente: SUNAT, 2017

Para el análisis estadística se incluye los códigos con los siguientes títulos:

1515.90.51	Aceites especiales no refinados / procesados
1515.90.59	
1515.90.91	Aceites especiales refinados / procesados
1515.90.99	
Incluyen grasas y aceites vegetales, fijos (aceite no volátil / no esencial), comestible (para la alimentación humana), no modificados químicamente.	
No incluyen aceites de soja, oliva, palma, girasol, cártamo, colza, nabo, algodón, coco, almendra de palma, mani, babassu, rubsen, semilla de mostaza, linaza, germen de maíz, ricino, tung, sésamo, jojoba o oiticica; cera de mirto, cera de Japón y aceite de semilla de tabaco.	

2.1. Producción Local

La producción de los Países Bajos paso de ser un productor de aceite de linaza y nabo para energía y alimentación animal a un procesador de aceite de palma y de soja para la industria alimentaria. Hoy en día, el sector consiste en una serie de prensas y refinerías internacionales de aceites

vegetales como por ejemplo AAK, ADM, Loders Croklaan (Bunge), Cargill, Olenex y Unimills, que se han unido en la Asociación de Fabricantes Holandeses de Aceites y Grasas Comestibles ([Vernof](#)). Juntos prensan alrededor de 4 millones de toneladas de semillas de soja, colza y girasol y procesan 3,5 millones de toneladas de aceite de palma, almendra de palma,

coco, soja, nabo y girasol. A excepción de una pequeña cantidad de colza, la mayor parte de la materia prima es importada.

La demanda de aceites comestibles especiales está aumentando, pero la industria de la prensa de aceite en los Países Bajos se centra en el procesamiento y el refinado de cultivos masivos y no está equipada

para productos pequeños. Incluso para empresas especializadas en los Países Bajos, como la empresa [Spack B.V.](#) con aceites orgánicos, no es factible pensar pequeñas cantidades de chía o sacha inchi, y mucho menos un producto fresco como el aguacate. Es por eso que la producción de estos aceites es mínima en los Países Bajos.

2017 producción de aceite crudo (en mil toneladas)	Unión Europea (UE-28)	Países Bajos
Maní	18	4
Soja	2 736	542
Colza (Canola)	10 527	202
Girasol	3 528	216
Algodón	40	0
Copra	0	0
Almendra de palma	0	0
Linaza	240	0
Castor	0	0
Sésamo	2	0
Germen de maíz	218	0
Pepitas de uva	32	0
Palma	0	0
Aceites especiales	n.d. (faltan datos)	0 / mínimo (faltan datos)

Fuente: [Fediol](#)

La participación en el mercado es mayor en el aceite de coco refinado (76 por ciento), aceite de palma refinado (59 por ciento), aceite de soja refinado (33 por ciento) y otros aceites y grasas vegetales (44 por ciento).

Aunque la mayoría de las empresas se centran en semillas y aceites genéricos, también existen algunos productos específicos que los Países Bajos destaca, como, por ejemplo:

- Salsa de soja: los Países Bajos produjeron EUR 70 millones en [salsa de soja](#) en 2012. Eso era el 90 por ciento del valor total de la producción de salsa de soja en la Unión Europea.
- Mantequilla de cacao: los Países Bajos representan aproximadamente la mitad de la producción europea de manteca, aceite y grasa de cacao. Esto tiene que ver con la gran cantidad de cacao que se suministra a través del puerto de Ámsterdam.
- Mantequilla de maní: la marca Calvé de la empresa Unilever domina el

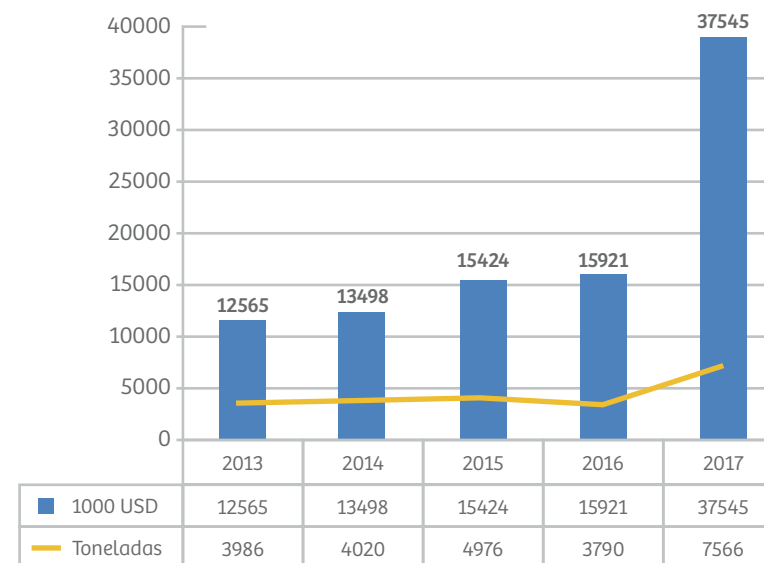
mercado de mantequilla de maní. Con una producción de 10 000 tarros por hora es un procesador grande de maní y los aceites vegetales que agregan.

2.2. Exportaciones del país de destino

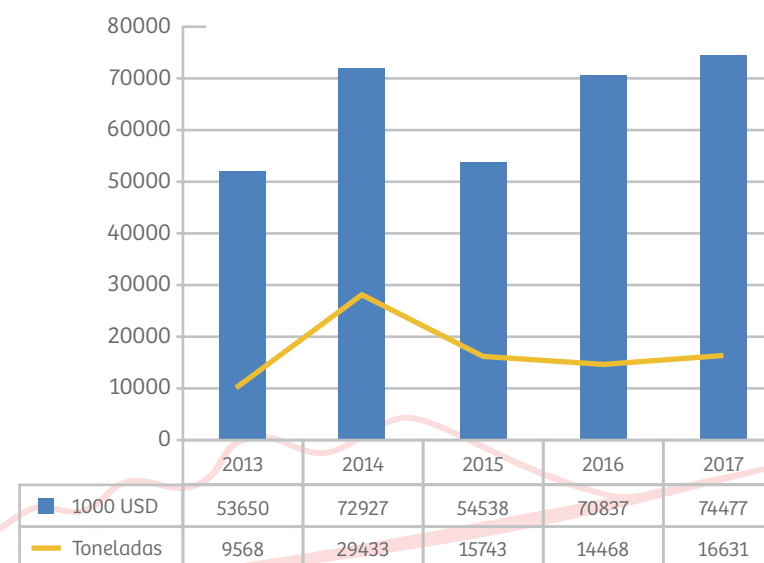
El 2017 fue un año récord para los aceites y grasas producidos en Holanda (según [MVO](#)), así también es notable un crecimiento en la exportación de los aceites especiales no procesados. Los datos sugieren un volumen de 7,6 mil toneladas exportadas en 2017, aunque los datos todavía pueden estar sujetos a correcciones.

La mayor cantidad de aceites especiales para la exportación siguen siendo los aceites procesados o refinados. En 2017 los Países Bajos exportaron 16,6 mil toneladas y esto confirma la posición de los Países Bajos en el valor agregado.

Países Bajos: exportación de aceites especiales (en bruto) no refinados / no procesados



Países Bajos: Exportación de aceites especiales refinados / procesados



Fuente: ITC Trademap

Los aceites en bruto (crudos, sin refinar) son los más relevantes para el uso culinario y gastronómico. Casi todos estos aceites que los Países Bajos exporta tiene

un destino dentro de Europa, con los principales compradores es Alemania, Francia y Bélgica.

Destinos de aceites especiales NO PROCESADOS, exportados por los Países Bajos, en toneladas

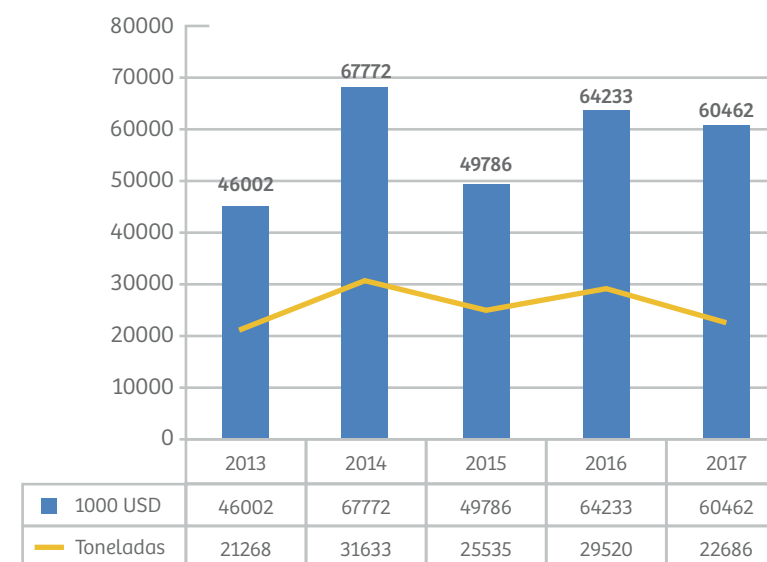
	2013	2014	2015	2016	2017	Part. (%) 2017
Mundo	3 986	4 020	4 976	3 789	7 476	100%
Alemania	2 905	1 623	1 642	1 439	2 324	31%
Francia	366	1 792	1 315	1 080	1 708	23%
Bélgica	0	0	35	59	909	12%
Reino Unido	259	225	111	254	658	9%
Polonia	0	0	0	5	444	6%
Italia	0	0	28	20	281	4%
España	23	0	49	18	252	3%
EEUU	181	255	306	449	111	1%
Dinamarca	0	0	0	2	98	1%
República Checa	2	4	7		82	1%

2.3. Importaciones del país de destino

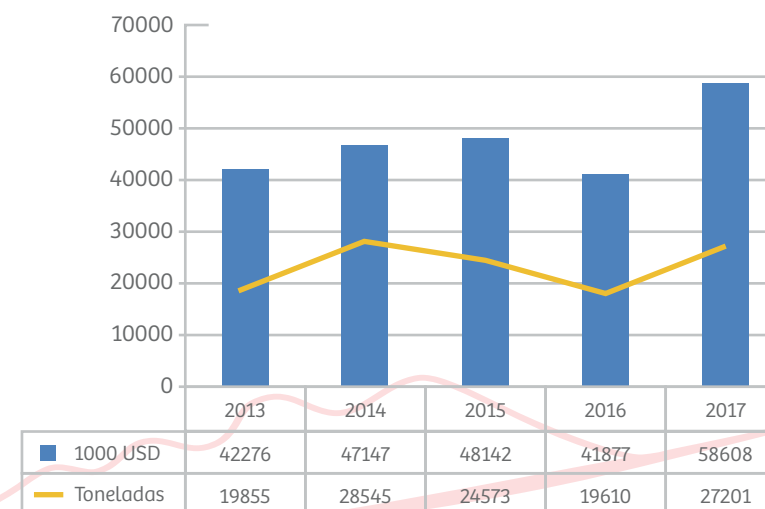
En contraste con las exportaciones de aceites especiales, el volumen de importación es casi igual para los aceites procesados y no procesados. Existe una variación en los años del comercio internacional, pero los volúmenes son relativamente estables.

Los aceites de aguacate, sacha inchi, chía y castaña solo consisten de una menor parte del total, y por eso los datos no son suficientemente representativos para poder identificar tendencias para estos productos específicos.

Países Bajos: Importación de aceites especiales (en bruto) no refinados / no procesados



Países Bajos: Importación de aceites especiales refinados / procesados



En el tema del origen de los aceites especiales en bruto (no procesados), Togo y Ghana parecen tener una participación significativa en el suministro. Pero estos países no abastecen los mismos aceites

como Perú. Dentro de los datos deben estar incluidos por ejemplo mantequilla de karité (shea butter) de Ghana, Togo y Burkina Faso.

Países Bajos: Importación de aceites especiales NO PROCESADOS, en toneladas						
	2013	2014	2015	2016	2017	Part (%) 2017
Mundo	21 260	31 626	25 526	29 509	22 658	100%
Togo	5 779	10 528	9 834	14 444	8 595	38%
Ghana	9 984	15 427	10 289	8 580	48 50	21%
Burkina Faso	873	1 647	768	933	1 941	9%
EEUU	2 600	1 409	1 548	1 015	1 406	6%
Bélgica	8	8	15	76	1 096	5%
China	997	1 231	414	731	1 089	5%
Reino Unido	2	4	444	788	953	4%
Alemania	0	0	0	106	821	4%
Georgia	319	234	170	326	503	2%
Kenia		237	284	208	493	2%

Importaciones desde Perú y principales competidores

El comercio de aceites especiales no es un negocio de volumen en los Países Bajos. Las cantidades importadas desde Perú prácticamente no salen en la estadística de importación. Analizando los datos

inversos, Perú abastece entre USD 1 mil y USD 34 mil anuales de aceites especiales a los Países Bajos en los últimos cinco años.

El hecho que las cantidades exportadas sean pequeñas, no siempre esta registradas en las estadísticas comerciales.

Países Bajos: importación de aceites especiales de Perú		2013	2014	2015	2016	2017
No refinados / procesados	Toneladas	0	0	0	0	0
	Valor (USD miles)	0	0	0	0	0
Refinados / procesados	Toneladas	0	0	0	0	1
	Valor (USD miles)	2	35	0	0	25

Fuente: ITC Trademap (Eurostat)

Exportación de Perú	A los Países Bajos					Al mundo				
En USD miles	2013	2014	2015	2016	2017	2013	2014	2015	2016	2017
Las demás grasas y aceites vegetales fijos (incluido el aceite de jojoba), y sus fracciones, incluso refinados, pero sin modificar químicamente.	1	34	12	6	8	17 141	16 732	12 657	5 081	6 015

Fuente: ITC Trademap (UN Comtrade), [SIICEX](#)

Según los datos de SIICEX, la exportación de aceites especiales peruanos hacia los Países Bajos aumentará en 2018. Hasta noviembre se ha calculado un volumen provisional de 9,2 mil toneladas con un

valor de USD 179 mil (precio FOB). Eso significa que los Países Bajos ya tomará una participación de 3% en la importación de aceites vegetales especiales.

Exportación de aceites de Perú al mundo

	2016		2017		2018	
	USD (FOB)	Kilos	USD (FOB)	Kilos	USD (FOB)	Kilos
Aceite:						
Palta (aguacate)	1 329 554	159 420	1 550 840	182 438	1 396 120	167 200
Castaña	706 759	56 245	482 372	28 960	693 562	35 841
Nuez de Brasil			228 363	15 290	340 685	17 480
Sacha inchi	273 493	14 505	433 693	22 613	260 906	15 788
Maracuyá	77 813	8 397	131 872	12 748	142 759	14 216
Chía	109 208	8 159	257 450	18 636	206 735	9 250
Aguaje	37 703	985	46 800	1 178	37 374	1 108

Fuente: [AgrodataPeru](#) (dic 2018)

Competidores y competidores potenciales

Aguacate	Sacha inchi	Chía	Castaña / nuez de Brasil
Kenia, México, trituradoras en Europa (Alemania, Francia, España)	(Perú)	trituradoras en Europa (Alemania, Francia)	trituradoras en Europa (Alemania, Francia)
Potencial: EEUU, Colombia, Suráfrica, Chile, Israel	Potencial: Tailandia, Laos, Camboya, trituradoras en Europa (Alemania, Francia)	Potencial: Bolivia, Paraguay, Argentina, México, Australia	Potencial: Bolivia, Brasil

2.4. Regiones / sectores de mayor demanda

Tradicionalmente el [puerto de Rotterdam](#) es un actor principal en el suministro de aceites comestibles para el mercado europeo. Allí operan 6 refinarias grandes

de aceites vegetales que procesan en gran escala los aceites de girasol, nabo, coco, entre otros:

- [Wilmar Edible Oils](#)
- [MaasRefinery](#)
- [Cargill Refined Oils Europe](#)

- [IOI-Loders Croklaan](#)
- [Unimills](#)
- [Olenex](#)

La demanda para aceites especiales tiene poca relación con esta industria y a menudo estos aceites se compran en otros países europeos y va directo a algunos mayoristas especializados.

2.5. Análisis de la competencia

La competencia europea

Los aceites especiales y nichos en los Países Bajos generalmente vienen de trituradores o importadores especializados en Europa. Alemania y Francia parecen ser más especializados en los aceites especiales – eso también confirman los profesionales en los Países Bajos. Allí se encuentran proveedores que tiene la facilidad de suministrar mayoristas, marcas hasta cadenas minoristas en los Países Bajos.

Las empresas europeas que abastecen productos o marcas en el mercado holandés:



Competencia Europea		
Empresa	Producto	Canal de venta
Bioplanete (DE/FR) https://www.bioplanete.com	Aceite de aguacate de Kenia Aceite de chía de Paraguay / Argentina Aceite de sacha inchi de Perú	Ekoplaza
Gustav Heess (DE) http://www.gustavheess.de/	Aceite de aguacate de Suráfrica	Oiltrade (trader)
Lapalisse (FR) https://www.huileries-lapalisse.fr/en/	Aceite de aguacate	Sligro
Ölmühle Solling (DE) https://www.oelmuehle-solling.de/	Aceite de aguacate	Tiendas en línea
La Tourangelle (FR, USA) http://www.latourangelle.fr	Aceite de aguacate	Albert Heijn
Natures Aid (UK) https://www.naturesaid.co.uk	Aceite de aguacate	Holland & Barrett

La competencia potencial en Europa para aceites especiales es alta debido al número de empresas con amplia experiencia en el procesamiento de aceite. En teoría, cualquier triturador de aceite puede producir y comercializar aceites especiales. Los aceites producidos por los trituradores en Europa tendrán la preferencia del mercado porque la cadena de valor es más corta y los comercializadores confían mucho en la inocuidad alimenticia europea.

Sin embargo, no siempre es conveniente o factible producir el aceite en Europa, como es el caso de los aceites especiales y nichos. Es una especialización que no todos están dispuestos a asumir. Por lo tanto, muchos de los proveedores europeos trabajan con productores de aceites en el país del origen donde se encuentra la materia prima.

Por ejemplo, la empresa Bio Planète compra los aceites de aguacate, chía y sacha inchi en origen, utilizando el comercio directo también como un punto de venta único y una contribución social. Por ejemplo en Kenia pueden conservar una gran parte del valor agregado en el país de origen debido a una relación directa con los productores de aguacates y una fábrica de aceite asociada.

La competencia internacional

La competencia internacional depende de los países con un buen acceso a la materia prima (aguacate, chía, sacha inchi, nuez de Brasil) y buenas instalaciones de procesamiento de esta materia prima.

Aguacate: Para los aceites culinarios de aguacate es importante tener una buena calidad de aguacate, con un buen sabor y aguacates orgánicos son altamente preferibles. Los aguacates hoy en día tienen una producción extensa en muchos países, entre ellos México, Perú, Chile, Suráfrica, Kenia, Israel y España. Empresas que ya están en el comercio de aguacates frescos también están entrando al mercado de aguacates procesados.

Ejemplos:

- En septiembre 2018 el periódico [Daily Nation](#) anunció una inversión israelí

multimillonaria en la producción de aguacates a larga escala incluyendo una instalación para hacer aceite de aguacate.

- En Suráfrica, la empresa [Westfalia Fruit](#) ha extendido su oferta de aguacates frescos con aceites, y cuentan con una presencia en los Países Bajos.

Sacha Inchi: No solo existen productores de sacha inchi en Suramérica, sino también en Asia sudeste como Tailandia, Laos y Camboya. Por ejemplo, el mayorista holandés [Vehgro](#) tiene aceite de sacha inchi de Camboya. Todavía no hay espacio en el mercado para una multitud de proveedores de sacha inchi, y Perú sigue siendo el principal proveedor de aceite de sacha inchi.

Chía: Los productores más grandes de chía son Paraguay y Bolivia, seguido por Argentina y México. Existen varios productores que comenzaron a procesar las semillas a aceite. Una marca pionera es [Benexia](#), con sede central en Chile y producción agrícola en Bolivia y Argentina. También hay pequeñas empresas en los Países Bajos que producen aceite de chía, como [Berivita](#) y [Zwart Zaad Olie](#), pero la escala sigue siendo pequeña. La restricción para un mayor crecimiento es la regulación de 'nuevos alimentos' (Novel Food) que limita el uso de aceite de chía

en la alimentación por ser un alimento nuevo en el mercado europeo.

Nuez de Brasil: Gracias a su aroma y sabor, el aceite de nuez de Brasil se puede usar para freír, para dulces o en ensaladas. Pero en los Países Bajos no es un aceite comúnmente usado en la alimentación, sino más en la industria cosmética. El mercado para aceite de nuez de Brasil es pequeño y por lo tanto también hay poca competencia. Empresas de Brasil, Bolivia y Perú están mejor posicionadas por su acceso a estas nueces amazónicas. Por ejemplo, la empresa peruana Candela suministra aceite de nuez de Brasil a la empresa The Body Shop, una cadena minorista internacional que tiene también presencia en los Países Bajos.

El comercio directo actual en los Países Bajos

También existen algunos ejemplos de empresas holandesas que compran aceites especiales directo de origen. Esto es más común para aceites que ya tienen un volumen de mercado interesante como el aceite de aguacate, pero también existen ejemplos de comercio directo de aceite de sachá inchi y nuez de Brasil – en este caso se trata mayormente de productos consumidores y volúmenes muy pequeños. Un ejemplo es la marca Mattisson que compra aceite de sachá inchi directo de un productor en Perú, pero al mismo tiempo ellos confirman que el mercado es pequeño para tener demasiados proveedores.

Competencia internacional		
Empresa	Producto	Canal de venta
Amazon Health Products (PE)	Aceite de sachá inchi	Mattisson
MIRA Ecuador (EC)	Aceite de aguacate	Ecuador's Fine Taste
Candela (PE)	Aceite de nuez de Brasil	The Body Shop (no alimento)
Dipasa Mexico (MX)	Aceite de aguacate de México	Dipasa (trader)
Westfalia Fruit (SA)	Aceite de aguacate (y frescos)	Westfalia Marketing BV (trader)

Otras influencias competitivas

Para los proveedores que se encuentran fuera de Europa, los principales obstáculos son los requisitos en términos de calidad y seguridad alimentaria.

Además, algunos aceites son relativamente caros y tienen sustitutos más baratos con propiedades similares, como el omega 3 en el aceite de chía y el aceite de sachá inchi, que puede ser reemplazado

por el aceite de linaza. En retrospectiva, la sachá inchi y chía llamarán la atención del consumidor por ser productos más exóticos.

Para cualquier aceite es importante tener un mercado para la torta o la harina de la materia prima como subproducto o producto residual para poder comercializar un aceite como producto viable y competitivo.



03

3. Análisis de la demanda

3.1. Perfil de la demanda del consumidor

En los Países Bajos el consumo de grasas y aceites es de 22 gramos por día. Los 22g de aceites y grasas de consumo son parte de los 84g de la ingesta total de grasa por la alimentación. Solo 3,5g de los 22g consisten en aceites vegetales; el resto es mantequilla, margarina y otros tipos de grasas y aceites.

El consumo es mayor en los hombres, adultos y personas con mayor nivel de educación. Consumidores con menor nivel de educación consumen más margarina y grasas para cocinar. Un desarrollo llama-

tivo es la gran disminución en el consumo de grasa entre 2007-2010 y 2012-2016 cuando se trata de ácidos grasos trans y un aumento en los ácidos grasos de pescado N-3, ácido alfa-linoleico y ácido linoleico.

En el caso de los aceites especiales, es probable que las mujeres sean las mayores consumidoras porque están más preocupadas por la nutrición saludable que los hombres. Con esto, las mujeres adultas y con mayor educación son un grupo objetivo importante para los aceites con beneficios saludables como de aguacate, sachá inchi, chíá, entre otros.

Perfil de consumidor	Consumo promedio de aceites vegetales (g/día)
Consumidor holandés	3,5
Adulto	3,9
Niño (hasta 18 años)	2
Persona con educación menor	3,1
Persona con educación medio	3,6
Persona con educación alta	5,1
Varones 1-79 años	3,9
Mujeres 1-79 años	3,1

Fuente: RIVM – [Wat eet Nederland: vetten en oliën](#) (fecha de publicación 20-11-2018)

3.2. Análisis de tendencias

Atención a la salud

La atención por una alimentación más saludable está creciendo. Los medios en línea, la amplia información nutricional y la introducción de nuevos productos dan a los consumidores el impulso de considerar nuevos alimentos y alternativas más saludables. Eso es el caso, por ejemplo, con el consumo de carne que está disminuyendo y los consumidores necesitan fuentes alternativas de grasas y proteínas.

Cada vez hay más conciencia y las grasas no están siendo consideradas malas por definición. El conocimiento actual sobre

la necesidad de las grasas permite que el consumidor este predispuesto por los aceites “saludables” como por ejemplo los aceites insaturados y ácidos grasos omega 3.

El mercado está buscando nuevas fuentes de omega3: por ejemplo, la [universidad de Wageningen](#) es parte de un consorcio para investigar aceite omega3 (DHA/EPA) de algas. Este desarrollo también es positivo para aceites como del sachá inchi y de la chíá. La atención se centra en los aceites prensados en frío y orgánicos, y en aplicaciones alimenticias y farmacéuticos (por ejemplo para suplementos dietéticos).

Tendencias 2019

“Las grasas vuelven, y las dietas más modernas hacen su aparición. Con la creciente popularidad de las dietas cetogénica, paleo, sin granos e incluso “pegan” (paleo + vegano), más un cambio general en la mentalidad del consumidor, las grasas son los ingredientes principales de los alimentos creativos y convenientes. Junto con estas grasas, proteínas más altas y combinaciones bajas en carbohidratos, continuará la tendencia de las categorías de bocadillos simples y fáciles. Las nuevas integraciones de fuentes de grasa, como las barritas de comida aptas para dieta cetogénica hechas con aceite de MCT en polvo, chocolate con manteca de coco, snacks que se llaman cariñosamente “bombas de grasa” y una nueva ola de bebidas de café vegano ya preparadas inspiradas por el café de manteca, son cada vez más populares con el cual los consumidores pueden aumentar su contenido de grasa con snacks convenientes.”

Fuente: [Vakblad Voedingsindustrie](#), diciembre 2018, traducido

04

4. Auditoría en tiendas

Transición de aceites de cocina

A través de una mejor provisión de información alimenticia y nuevos conocimientos sobre nutrición saludable, se realiza una transición de los tipos de grasas que se consumen. El aceite de cocina tradicional (como el aceite de girasol refinado) está siendo reemplazado cada vez más por alternativas como el aceite de coco, el ghee y el aceite de aguacate. Por ejemplo, el aceite de coco es una verdadera tendencia a la que los Países Bajos ha respondido y ahora juega un papel importante a nivel internacional.

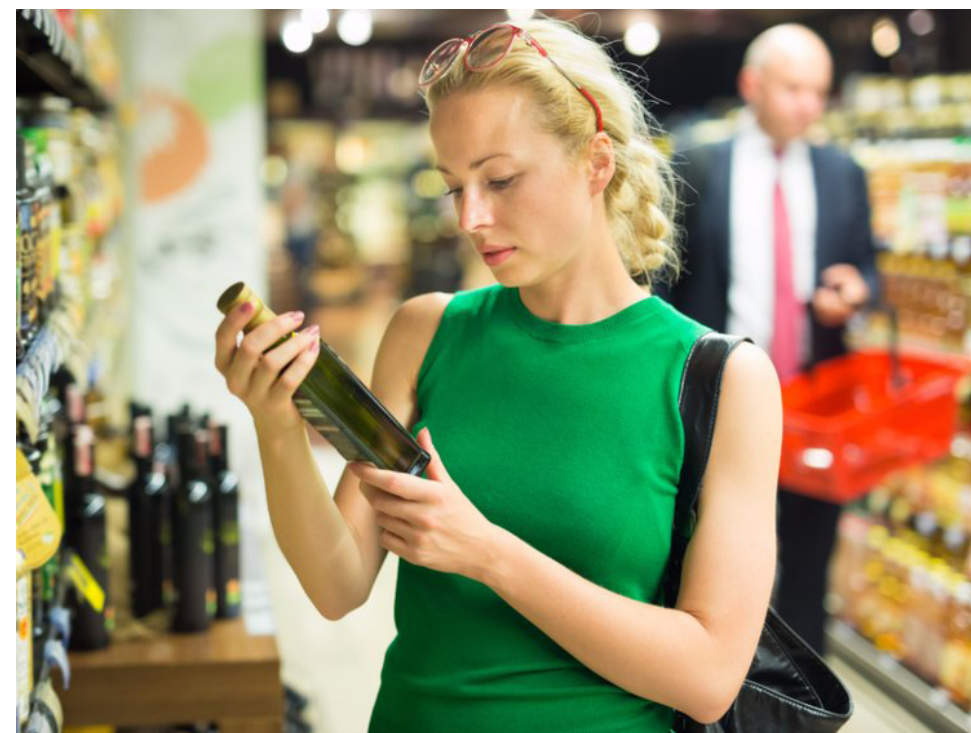
Amplificación sabores

Aunque los Países Bajos tradicionalmente no es un gran consumidor de aceites culinarios, hay un aumento visible en el interés por la variación de sabores. Los aceites






especiales como el aceite de nueces, el aceite de sésamo y una gran variación de marcas de aceite de oliva están ampliamente disponibles en los supermercados holandeses. Además, se puede encontrar aceites con hierbas o sabores de limón o trufa. El precio sigue siendo un argumento importante para una compra y el potencial de un aceite culinario en el mercado.







3.3. Percepción del producto peruano

El conocimiento del consumidor promedio de aceites peruanos es muy limitado. Para productos típicos de una región puede ser una fortaleza enfatizar el origen o la tradición del producto. La chía a veces se relaciona con los habitantes originales de Centroamérica o México.



Empresa comercializadora		Empresa Proveedora						Formato (Imagen del Producto)
Canales de Comercia- lización	Empresa (datos y web)	Empresa (datos y web)/ Marca	Características del producto y presentación	Unidad de Medida	Precio	Origen (local o extran- jera – país)	Certificaciones	
Supermercado orgánico	ekoplaza.nl	Bio Planète https://www.bioplanete.com	Aceite de palta	250 ml	EUR 10,49	Alemania	orgánico	
Tienda en línea	chi.nl	Chi	Aceite de Sacha inchi [NO COMESTIBLE]	50 ml	EUR 18,95	Perú	orgánico	
Tienda en línea	deonlinedrogist.nl	Mattisson	Aceite de sacha inchi extra virgen, crudo	250 ml	EUR 18,95		orgánico	
Tienda en línea	ecuadorsfinetaste.nl	Mira Ecuador	Aceite de aguacate, virgen, prensado en frío, (no) filtrado, (no) megclado	250 ml	EUR 10,50 - EUR 11,95	Ecuador	orgánico	
Tienda en línea	gezondheidsaanhuis.nl	Martera (BE)	Aceite de sacha inchi	250 ml	EUR 15,40		orgánico	
Tienda en línea	pit-pit.com	Ladrome	Aceite de sacha inchi	100 ml	No disponible		orgánico	








Empresa comercializadora		Empresa Proveedora						Formato (Imagen del Producto)
Canales de Comercia- lización	Empresa (datos y web)	Empresa (datos y web)/ Marca	Características del producto y presentación	Unidad de Medida	Precio	Origen (local o extran- jera – país)	Certificaciones	
Tienda en línea	pit-pit.com	Ölmühle Solling	Aceite de sacha inchi	100 ml	EUR 5,99		orgánico	
Tienda en línea	internetdrogisterij.nl	Mattisson	Aceite de sacha inchi extra virgen, crudo	250 ml	EUR 13,97		orgánico	
Tienda en línea	store.vitamins.nl (Natudis)	Bioplanète	Aceite de aguacate, virgen	250 ml	EUR 9,55	Kenia	orgánico	
Tienda en línea	naturalheroes.nl	Marca privada	Aceite de aguacate, prensado en frío, no refinado	100 ml	EUR 5,95			
Tienda en línea	een-groenewereld.nl	Propia producción	Aceite de nuez de Brasil	60 ml	EUR 16,95	Países Bajos / Brasil (materia prima)	orgánico	
Tienda en línea	een-groenewereld.nl	Maienfelser Naturkos- metik Manufaktur	Aceite de chía	100 ml	EUR 35,25	México / Alemania (marca)	orgánico	
Tienda en línea	een-groenewereld.nl	Maienfelser Naturkos- metik Manufaktur	Aceite de sacha inchi, prensado en frío	250 ml	EUR 47,95	Perú		

Empresa comercializadora		Empresa Proveedora						Formato (imagen del Producto)
Canales de Comercia- lización	Empresa (datos y web)	Empresa (datos y web)/ Marca	Características del producto y presentación	Unidad de Medida	Precio	Origen (local o extran- jera – país)	Certificaciones	
Tienda de salud	hollandandbarrett.nl	Miaroma (ES)	Aceite de aguacate NO COMESTIBLE	100 ml	EUR 8,99			
Tienda de salud	hollandandbarrett.nl	Natures Aid (UK)	Aceite de aguacate	250 ml	EUR 11,99		orgánico	
Otros aceites								
supermercado	ah.nl	BioToday	Aceite de ajonjolí tostado	250 ml	EUR 5,49		Orgánico	
supermercado	ah.nl	Etiqueta privada	Aceite de ajonjolí	250 ml	EUR 2,49			
supermercado	ah.nl	Etiqueta privada	Aceite de nogal	250 ml	EUR 2,49			
supermercado	ah.nl	La Tourangelle latourangelle.fr	Aceite de nuez (nogal)	250 ml	EUR 4,79	Francia		

Empresa comercializadora		Empresa Proveedora						Formato (Imagen del Producto)
Canales de Comercia- lización	Empresa (datos y web)	Empresa (datos y web)/ Marca	Características del producto y presentación	Unidad de Medida	Precio	Origen (local o extran- jera – país)	Certificaciones	
supermercado	ah.nl	La Tourangelle latourangelle.fr	Aceite de Avellana	250 ml	EUR 5,99	Francia		
supermercado	ah.nl	La Tourangelle latourangelle.fr	Aceite de ajonjolí	250 ml	EUR 5,49	Francia		
supermercado	ah.nl	King unidexholland.com	Aceite de arroz	1 L	EUR 3,99			
supermercado	ah.nl	<a href="http://hollandsgoud-koolzaa-
dolie.nl">hollandsgoud-koolzaa- dolie.nl	Aceite de colza (no refinado para salsa y aderezo)	500 ml	EUR 2,99	Países Bajos		
supermercado	ah.nl	Biofan	Aceite de coco	320 ml	EUR 2,99		orgánico	
supermercado	ah.nl	Etiqueta privada	Aceite de coco	1 L	EUR 6,29		Orgánico	

Empresa comercializadora		Empresa Proveedora						Formato (Imagen del Producto)
Canales de Comercialización	Empresa (datos y web)	Empresa (datos y web)/ Marca	Características del producto y presentación	Unidad de Medida	Precio	Origen (local o extranjera – país)	Certificaciones	
supermercado	ah.nl	BioToday biotoday.bio	Aceite de coco (desoderizado)	400 g	EUR 4,15		orgánico	
supermercado	ah.nl	LUCY desmaakspecialist.nl	Aceite de coco líquido (aceite TCM y aceite de coco)	250 ml	EUR 5,99			
Supermercado orgánico	ekoplaza.nl	RoyalGreen	Aceite de coco extra virgen	325 ml	EUR 8,95		orgánico	
Supermercado orgánico	ekoplaza.nl	Bio Planète bioplanete.com	Aceite de nuez (nogal)	250 ml	EUR 10,99	Alemania	Orgánico	
Supermercado orgánico	ekoplaza.nl	Etiqueta privada	Aceite de cártamo	500 ml	EUR 4,59	Argentina	orgánico	
Supermercado orgánico	ekoplaza.nl	Bio Planète bioplanete.com	Aceite de maní	250 ml	EUR 6,99	Alemania	Orgánico, fairtrade	

Empresa comercializadora		Empresa Proveedora						Formato (imagen del Producto)
Canales de Comercia- lización	Empresa (datos y web)	Empresa (datos y web)/ Marca	Características del producto y presentación	Unidad de Medida	Precio	Origen (local o extran- jera – país)	Certificaciones	
Supermercado orgánico	ekoplaza.nl	Sapori di Bosco	Aceite de trufa negra	60 ml	EUR 7,49	Italia	orgánico	
Supermercado orgánico	ekoplaza.nl	Etiqueta privada	Aceite de semilla de calabaza	250 ml	EUR 7,49	No UE	orgánico	
Supermercado orgánico	ekoplaza.nl	Etiqueta privada	Aceite de linaza (presado frío)	500 ml	EUR 3,99	Argentina	orgánico	
Supermercado orgánico	ekoplaza.nl	Etiqueta privada	"Omega 3-6-9": Mezcla de aceite de colza, linaza, oenothera biennis, tocoferol	250 ml	EUR 3,39	Países Bajos	orgánico	
Supermercado orgánico	ekoplaza.nl	Mattisson	Aceite de coco extra virgen (mezcla con aceite de girasol y oliva)	250 ml	EUR 6,29	Filipinas	orgánico	
Supermercado orgánico	ekoplaza.nl	Mattisson	Omega 3 aceite de algas (capsulas)	60 unid.	EUR 18,95	Bélgica		

Empresa comercializadora		Empresa Proveedora						Formato (imagen del Producto)
Canales de Comercialización	Empresa (datos y web)	Empresa (datos y web)/ Marca	Características del producto y presentación	Unidad de Medida	Precio	Origen (local o extranjera – país)	Certificaciones	
Supermercado orgánico	ekoplaza.nl	Amanprana	Aceite de coco extra virgen	1 L	EUR 25,95	Filipinas	Orgánico, fairtrade	
Supermercado orgánico	ekoplaza.nl	Bio Planète bioplanete.com	Aceite de argan	100 ml	EUR 7,99	Marruecos	orgánico	
Supermercado orgánico	ekoplaza.nl	Etiqueta privada	Aceite de cáñamo	250 ml	EUR 4,99	No-UE	orgánico	
Supermercado orgánico	ekoplaza.nl	Udo's Choice	“Ultimate oil blend” (mezcla de aceite de linaza, girasol, ajonjolí, etc.)	500 ml	EUR 27,50	América	orgánico	
Tienda en línea	deonlinedrogist.nl	Mattisson	Aceite de chufa	250 ml	EUR 14,95	África oeste		
Tienda en línea	deonlinedrogist.nl	Mattisson	Absolute Omega: Mezcla de aceite de linaza, semillas de cáñamo, ajonjolí, semillas de calabaza, borraja y granada	500 ml	EUR 16,95	Reino Unido	orgánico	
Tienda de salud	hollandandbarrett.nl	Marca privada	aceite de semilla de cáñamo	250 ml	EUR 4,99	n.d.		

05

5. Atributos y percepción del producto

Mercados nichos

El mercado para muchos aceites especiales de Perú, destinado a la alimentación, todavía es muy pequeño.

El aceite de sacha inchi todavía está en la fase experimental. Según el importador [Bruma Impex](#), una micro empresa que siempre trata de introducir productos nuevos de Perú, las cápsulas de sacha inchi se venden mejor que las botellas. El producto no es muy conocido todavía en los Países Bajos y el desconocimiento frena las ventas. Eso también afirma la empresa de marca [Mattisson](#) que ha observado que las ventas de sacha inchi van disminuyendo. Otras empresas esperan a que la demanda del producto aumente antes de embarcar con un negocio, o en algunos casos compran el producto de un intermediario y lo tienen como un producto adicional junto a la línea de productos principales, como es el caso para el mayorista [Vehgro](#).

Lo mismo también se aplica con el aceite de chía, que además tiene la desventaja adicional de que existen restricciones de uso debido a la regulación de los alimentos

novedosos ([Novel Food](#)). El aceite de nuez de Brasil tiene la menor especulación y para la mayoría aún es poco aplicable en la alimentación. Para las empresas que trabajan con volúmenes grandes, estos aceites no son opciones para el comercio.

El aceite de aguacate tiene más perspectiva, a pesar de ser un aceite muy específico. Con el aumento del mercado de aguacates frescos el consumidor promedio conoce el producto. El aceite de aguacate aún no ha penetrado los principales canales minoristas (convencionales), pero empresas de aceites como [Spack](#) lo consideran como un producto de creciente interés. Otras empresas que manejan volumen, como [Tradin Organic](#), comparten esta opinión. En el nicho donde se encuentra en este momento, es importante que esté certificado orgánico y no sea refinado.

Fuentes

En lo que a fuentes de aceites se refiere, es difícil encontrar un proveedor con un volumen adecuado, una calidad buena y constante y un producto de alta pureza y certificado orgánico. A veces se presentan

empresas consideradas excelentes, pero con volúmenes tan pequeños que no son interesantes para un importador. Por ejemplo, para un importador los aceites de aguacate certificados son más fáciles de vender que conseguir.

Las empresas europeas tienen opciones de comprar aceites de otro origen o comprar de un proveedor intermediario en Europa. Para estas empresas precio y disponibilidad son factores más importantes que el origen del producto. Así también las empresas sin especialización en los aceites especiales, como Vehgro y [Oiltrade](#), prefieren comprar los aceites de menos volumen de un trader intermediario como por ejemplo de [Gustav Heess](#) en Alemania.

Desarrollo de aceites especiales

El crecimiento de un aceite especial depende, además de las características y la aplicación, de su precio. Si el precio es aceptable, el aceite tiene mayor oportunidad de desarrollarse en el mercado.

Por ejemplo, el aceite de linaza cuesta entre EUR 8 y 14 por litro en la tienda

(incl. IGW), mientras que el aceite de sacha inchi llega a un nivel de precio de EUR 76 por litro. La marca Mattisson decidió de introducirlo en su gama de productos; sin embargo, el precio también ha sido el argumento para no adoptar productos nuevos como el aceite de chía. Estos productos claramente están en su etapa de desarrollo temprano y necesitan un impulso para crecer la demanda y poder producir con una mayor eficiencia.

El aceite con mejores oportunidades en el mercado holandés es el de aguacate; todas las empresas están de acuerdo con eso y muchos esperan añadirlo a la gama de productos o aumentar el volumen en 2019.

Recomendaciones

CENTRAR EN COMPRADORES EUROPEOS: En el desarrollo de aceites especiales en los Países Bajos es necesario enfocar en compradores y distribuidores europeos, como por ejemplo [Gustav Heess](#) y [Bio Planète](#). Los aceites más nichos necesitan obtener una participación mínima del mercado para que otros importadores,

06

incluso importadores holandeses, entren al negocio.

FACILITAR EL COMERCIO DESDE PERÚ:

Para aceite de chía, sachá inchi y nuez de Brasil todavía no hay mercado para una gran variedad de importadores. La oferta de aceites especiales en los Países Bajos es

limitada, la cual puede ser una razón para mayoristas y usuarios más pequeños para comprar los aceites directo en origen. En este caso el exportador de Perú tiene que facilitar perfectamente el negocio y ofrecer los servicios necesarios para que el producto llegue al cliente que no siempre tiene la costumbre de realizar importaciones.



6. Condiciones de acceso al mercado

6.1. Aranceles, tributos aduaneros e impuestos

		tarifa normal Derecho terceros países	tarifa preferencial / Perú
1515 1515.90	Las demás grasas y aceites vegetales fijos (incluido el aceite de jojoba), y sus fracciones, incluso refinados, pero sin modificar químicamente : Los demás :		
1515.90.51	Concretos, en envases inmediatos de contenido neto inferior o igual a 1 kg	12,8%	0%
1515.90.59	Concretos, que se presenten de otra forma; fluidos	6,4%	0%
1515.90.91	Los demás : Concretos, en envases inmediatos de contenido neto inferior o igual a 1 kg	12,8%	0%
1515.90.99	Concretos, que se presenten de otra forma; fluidos :		
1515.90.99.20	Aceite de avellanas	9,6%	0%
1515.90.99.92	Aceite vegetal, refinado, con un contenido, en peso, de ácido araquidónico superior o igual al 35 % pero inferior o igual a 50 % o de ácido docosahexaenoico superior o igual al 35 % pero inferior o igual a 50 %	9,6% (suspendido)	0%
1515.90.99.99	Los demás	9,6%	0%

Tarifa de países competitivos:

País / región	tarifa	Acuerdos
Europa	0%	Libre comercio Unión Europea / EFTA
México	0%	«Acuerdo interino» / Declaración conjunta

País / región	tarifa	Acuerdos
Bolivia	0%	GSP+
Kenia	0%	Acuerdos de Asociación Económica (EPA 1032)
Camboya	0%	SAP (V 12/978) - Anexo IV (SPGA 2005)
Vietnam	Reducido: 2,9-6,1-8,9	SAP (V 12/978) – Reglamento general (SPGL 2020)
Brasil	No preferencial	
Tailandia	No preferencial	

Perú tiene una tarifa preferencial de 0%. Sin embargo, hay que tomar en cuenta existen otros proveedores con una tarifa preferencial como por ejemplo Bolivia (aceite de chía y castaña), México (aceite de chía y aguacate), Camboya (aceite de sacha inchi).

Tarifas para importaciones se puede encontrar en la página web de la Comisión Europea:

- [Trade Helpdesk](#) (Usar el código de 8 números)
- [TARIC](#) (La Fiscalidad y Unión Aduanera)

Acuerdo comercial

Entre la Unión Europea y sus Estados miembros, por una parte, y Colombia y Perú, por la otra parte.

Enlace: http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=uriserv:OJ.L_.2012.354.01.0003.01.ENG

REGLAMENTO DE EJECUCIÓN (UE) No 404/2013 DE LA COMISIÓN de 2 de mayo de 2013 relativo a las excepciones a las reglas de origen establecidas en el anexo II del Acuerdo comercial entre la Unión Europea y sus Estados miembros, por una parte, y Colombia y el Perú. Por otra, que se aplican dentro de contingentes de determinados productos procedentes del Perú.

Enlace: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:32013R0404&from=EN>

Impuesto I.G.V.

En 2019 la tasa del I.G.V. para alimentos aumentará.

I.G.V. para alimentos	
Hasta 31-12-2018	6%
Desde 1-1-2019	9%

6.2. Restricciones, estándares y normas de ingreso al mercado

Resumen de requerimientos y controles:

- Control de contaminantes en productos alimenticios
- Control sanitario de alimentos genéticamente modificados (GM) y nuevos alimentos
- Control sanitario de alimentos de origen no animal
- Trazabilidad, cumplimiento y responsabilidad en alimentos y piensos
- Etiquetado de alimentos
- Estándares de comercialización de grasas y aceites comestibles
- Productos de producción ecológica (opcional)
- Declaraciones nutricionales y de propiedades saludables en los alimentos (opcional)

Control de contaminantes en productos alimenticios

Para garantizar un alto nivel de protección del consumidor, las importaciones en la Unión Europea (UE) de productos alimenticios deben cumplir con la legislación de la UE diseñada para garantizar que los alimentos puestos en el mercado sean seguros para el consumo y no contengan contaminantes a niveles que puedan amenazar la salud del consumidor.

Los contaminantes pueden estar presentes en los alimentos como resultado de las diversas etapas de su producción, envasado, transporte o conservación, o

también pueden ser el resultado de la contaminación ambiental.

- los alimentos que contengan un contaminante en una cantidad inaceptable desde el punto de vista de la salud pública y, en particular, a nivel toxicológico, no se comercializarán en la UE y serán rechazados;
- los niveles de contaminantes se mantendrán lo más bajo posible siguiendo las buenas prácticas de trabajo recomendadas;
- se pueden establecer niveles máximos para ciertos contaminantes con el fin de proteger la salud pública;

Contaminante	Productos alimenticios	Contenidos máximos
Aflatoxina	semillas oleaginosas y sus productos transformados destinados al consumo humano directo o a utilizarse como ingredientes en los productos alimenticios	B1: 2,0 µg/kg Suma de B1, B2, G1 y G2: 4,0 µg/kg M1: -
Benzo(a)pireno	Aceites y grasas (excl. de cacao o coco) destinados al consumo humano directo o a ser usados como ingrediente de productos alimenticios	2,0 µg/kg Suma de benzo(a)pireno, benzo(a)antraceno, benzo(b)fluoranteno y criseno: 10,0 µg/kg
Dioxinas y PCBs	Aceites y grasas vegetales	Suma de dioxinas (EQT PCDD/F-OMS): 0,75 pg/g grasa Suma de dioxinas y PCBs similares a las dioxinas (EQT PCDD/F-PCB OMS): 1,5 pg/g grasa
Plomo	Grasas y aceites, incluida la grasa láctea	0,10 mg/kg peso fresco

Ver también el adjunto abajo del reglamento con criterios microbiológicos como las micotoxinas, E-coli y salmonela.

Legislación

- [Reglamento \(CEE\) no 315/93 del Consejo](#), de 8 de febrero de 1993, por el que se establecen los procedimientos comunitarios en relación con los contaminantes presentes en los productos alimenticios
- [Reglamento \(CE\) n° 1881/2006 de la Comisión](#), de 19 de diciembre de 2006, por el que se fija el contenido máximo de determinados contaminantes en los productos alimenticios

- [Reglamento \(UE\) No 835/2011](#) que modifica el Reglamento (CE) no 1881/2006 por lo que respecta al contenido máximo de hidrocarburos aromáticos policíclicos en los productos alimenticios
- [Reglamento \(UE\) No 2073/2005 de la Comisión](#) relativo a los criterios microbiológicos aplicables a los productos alimenticios

Control sanitario de alimentos genéticamente modificados (GM) y nuevos alimentos

Disposiciones especiales sobre alimentos genéticamente modificados (GM)

La legislación de la UE establece un procedimiento de autorización único, válido en toda la UE, para la comercialización de alimentos que contengan organismos orgánicos genéticamente modificados (OGM) o provengan de organismos genéticamente modificados.

La solicitud de autorización de OGM incluirá un expediente con datos experimentales (resúmenes, resultados y anexos de los estudios mencionados) y una evaluación del riesgo, y se presentará la conformidad con las disposiciones del [anexo I](#) del [Reglamento \(UE\) n° 503/2013](#).

Disposiciones especiales sobre nuevos alimentos (NOVEL FOOD)

Los nuevos alimentos son alimentos e ingredientes alimentarios que no se han utilizado en gran medida para consumo humano en la Unión Europea antes del 15 de mayo de 1997 de conformidad con el [Reglamento \(UE\) n° 2015/2283](#).

A partir del 1 de enero de 2018, solo los nuevos alimentos autorizados e incluidos en [la lista de la Unión](#) publicados a finales de 2017 podrán comercializarse en la UE

como tal o utilizarse en alimentos, de conformidad con las condiciones de uso y los requisitos de etiquetado especificados en esto.

Antes de incluirse en la lista de la Unión y comercializarse en la UE, los alimentos novedosos deben someterse a una evaluación de seguridad.

>> NB: Aceite de sacha inchi y aceite de chía son parte de la regulación Novel Food.

Control sanitario de alimentos de origen no animal

Hay ciertas condiciones que se deben cumplir para importar alimentos a la Unión Europea. Estas condiciones son para prevenir el riesgo a la salud pública y proteger los intereses de los consumidores e incluyen lo siguiente:

Normas generales

El [Reglamento \(CE\) no 852/2004](#) especifica las normas generales de higiene:

- La obligación general del operador de controlar la inocuidad de los productos y procesos bajo su responsabilidad;
- Las disposiciones generales de higiene para la producción primaria y requisitos detallados para todas las etapas de producción, procesamiento y distribución de alimentos;

- Criterios microbiológicos para determinados productos establecidos en el [Reglamento \(CE\) no 2073/2005](#);
- Procedimientos basados en los principios de Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control (HACCP);
- Aprobación y registro de establecimientos;

Condiciones generales de preparación de productos alimenticios

Además de la legislación que establece las normas relativas al tratamiento de los productos e ingredientes alimenticios (ver por ejemplo [Reglamento \(CE\) no 178/2002](#)), también existen directivas específicas para los requisitos de composición, requisitos de higiene, lista de aditivos, criterios de pureza, requisitos específicos de etiquetado, etc.

- Aditivos alimentarios y aromatizantes autorizados: Las únicas sustancias que pueden usarse como aditivos alimentarios son aquellas incluidas en las listas comunes aprobadas y solo en las condiciones de uso mencionadas en esas listas (por ejemplo, colorantes, edulcorantes, conservantes, emulsionantes, estabilizadores, agentes de crecimiento, entre otros).
- Preparación y tratamientos de ciertos productos alimenticios: También

existen normas en relación con la fabricación, comercialización e importación de alimentos e ingredientes alimentarios que están sujetos a tratamientos específicos, como la [Directiva 1999/2/CE](#) sobre radiación ionizante.

- Ciertos grupos de productos alimenticios con fines nutricionales particulares: Se aplican disposiciones específicas a ciertos grupos de productos (como el cacao, el azúcar, entre otros) y a los productos alimenticios destinados a usos nutricionales particulares (alimentos para bebés, alimentos dietéticos, alimentos sin gluten, entre otros). Estos pueden incluir requisitos específicos sobre composición, higiene, etiquetado (por ejemplo, declaración del valor energético, contenido de carbohidratos, proteínas y grasas), lista de aditivos, criterios de pureza, entre otros.

Control oficial de productos alimenticios

Las autoridades competentes realizarán controles periódicos de los alimentos importados para garantizar que cumplan las normas generales de salud. El control puede aplicarse a la importación a la UE y/o a cualquier otra etapa de la cadena alimentaria (fabricación, procesamiento, almacenamiento, transporte, distribución y comercio). Dentro de las herramientas

del Parlamento Europeo y del Consejo están por ejemplo la herramienta [TRACES](#) (Trade Control and Export System) la cual es una herramienta utilizada para la trazabilidad, intercambio de información y gestión de riesgos en los alimentos.

Resumen de la legislación sobre el control de la salud de los productos alimenticios de origen no animal:

http://trade.ec.europa.eu/services/reqs/public/v1/requirement/auxi/eu/eu_heanahc_legislation.pdf/

Más información de la Ley de Alimentos (Food Law):

https://ec.europa.eu/food/safety/general_food_law/principles_en

Trazabilidad, cumplimiento y responsabilidad en alimentos y piensos

La legislación alimentaria de la Unión Europea (UE) persigue también la protección de la salud y el bienestar de los animales, la salud de las plantas y el medio ambiente.

Las empresas alimentarias y de piensos cumplirán las obligaciones específicas establecidas en el [Reglamento \(CE\) no 178/2002 del Parlamento Europeo y del Consejo](#), que cubren todas las etapas de producción y distribución de alimentos /

piensos. Esto incluye cumplimiento de la [Ley de Alimentos](#), asegurar la trazabilidad y cumplir con todas las responsabilidades de inocuidad alimentaria. Si uno de los operadores del negocio tiene razón para pensar que la comida o el producto alimenticio no cumple con los requisitos de las regulaciones de comida, tiene que iniciar inmediatamente el proceso para retirar el alimento e informar a las autoridades.

Legislación específica de la UE sobre trazabilidad en productos alimenticios:

http://trade.ec.europa.eu/services/reqs/public/v1/requirement/auxi/eu/eu_safe_food_traceability_legislation.pdf/

Etiquetado de alimentos

Todos los productos alimenticios comercializados en la Unión Europea (UE) deben cumplir con las normas de etiquetado de la UE, que tienen como objetivo garantizar que los consumidores obtengan toda la información esencial para tomar una decisión adecuada mientras compran sus productos alimenticios.

- El [Reglamento \(UE\) no 1169/2011](#) describe los requisitos para el etiquetado general de los alimentos.
- El [Reglamento \(CE\) nº 834/2007](#) del Consejo y el [Reglamento \(CE\) nº 889/2008 de la Comisión](#) establecen las normas que rigen el uso de la etiqueta ecológica.

- Los materiales de embalaje y los objetos destinados a entrar en contacto con alimentos deben cumplir las disposiciones establecidas por el [Reglamento \(CE\) nº 1935/2004](#) del Parlamento Europeo y del Consejo.

La siguiente tabla muestra un resumen de la información alimentaria obligatoria que debe acompañar a cualquier alimento destinado a ser entregado al consumidor final:

Asunto	Legislación
Nombre del alimento	El nombre del producto alimenticio será su nombre legal. No debe ser reemplazado por un nombre protegido como propiedad intelectual, marca o nombre de fantasía.
Lista de ingredientes	No se exigirá una lista de ingredientes si el aceite no tiene otros ingredientes que el alimento principal. La denominación "grasa virgen" o "aceite virgen" y la denominación "aceite prensado en frío" o "grasa prensada en frío" solo podrán aplicarse a los distintos aceites o grasas que se ajusten a la definición (ver la norma para aceites del Codex Alimentarius). En otros casos: Precedido por la palabra "Ingredientes", la lista incluirá todos los ingredientes (incluyendo los aditivos o las enzimas) en orden descendente de peso, tal como se registraron en el momento de su uso en la fabricación y se designaron con su nombre específico. Cualquier ingrediente o coadyuvante de elaboración enumerado o derivado de una sustancia o producto incluido en el Anexo II del Reglamento que cause alergias o intolerancias, incluso si está incluido en el producto final de forma alterada, se indicará en la lista de ingredientes y se destacará mediante un tipo compuesto para distinguirlo claramente de otros ingredientes (es decir, fuente, estilo o color de fondo)
Cantidad neta	Se expresará en unidades de masa (kilogramo, gramo). Los alimentos que se venden en un medio líquido también deben etiquetar el peso neto escurrido de los alimentos.
Fecha de durabilidad mínima	Será la fecha hasta la cual el alimento conserva sus propiedades específicas cuando se almacena adecuadamente. La fecha consistirá en día, mes y año en ese orden y precedida por las palabras "mejor antes" o "mejor antes de finalizar" de conformidad con el Anexo X . Cuando los alimentos son altamente perecederos y, por lo tanto, es probable que después de un corto período de tiempo constituyan un peligro inmediato para la salud humana, la fecha de duración mínima se reemplazará por la fecha de "uso antes de".

Asunto	Legislación
Condiciones de almacenamiento o condiciones de uso	Cuando los alimentos requieran condiciones especiales de almacenamiento y / o condiciones de uso, deberán indicarse. Una vez abierto el empaque, para permitir el almacenamiento o uso adecuado del alimento, se indicarán las condiciones de almacenamiento y / o el límite de tiempo para el consumo, cuando sea necesario.
País de origen o lugar de procedencia	La indicación de estos asuntos será obligatoria. Cuando el país de origen o el lugar de procedencia de un alimento sea diferente de su ingrediente principal, este también se indicará como diferente del alimento.
Instrucción de uso	Se deben indicar las instrucciones de uso de un alimento para permitir el uso apropiado.
Marca de lotes	La indicación que permita la identificación del lote al que pertenece el producto alimenticio deberá colocarse en los alimentos preenvasados precedidos de la letra "L".
Declaración nutricional	Contenido obligatorio: • Valor energético • Cantidades de grasa, saturados, carbohidratos, azúcares, proteínas y sal Contenido no obligatorio: mono insaturados, poliinsaturados, polioles, almidón, fibra, vitaminas o minerales

Los lotes deben contener productos del mismo tamaño y frescura uniforme. La categoría de frescura, la categoría de tamaño y la presentación deben estar marcadas de forma clara e indeleble, en caracteres de al menos 5 cm de altura, en las etiquetas colocadas en el lote.

La información provista por las etiquetas debe ser fácil de entender, fácilmente visible, claramente legible e indeleble, y debe aparecer en la lengua oficial del país europeo donde se comercializa el producto.

Requisitos generales de etiquetas de alimentos:

http://trade.ec.europa.eu/services/reqs/public/v1/requirement/auxi/eu/eu/lblfood_leg_general.pdf/

Estándares de comercialización de aceites vegetales

El FAO Codex Alimentarius ha publicado una [norma para grasas y aceites comestibles no regulados por normas individuales, codex stan 19-1981](#), que incluye las definiciones:

Grasas y aceites comestibles: los alimentos que se componen de glicéridos de ácidos grasos y son de origen vegetal, animal o marino. Podrán contener pequeñas cantidades de otros lípidos, tales como fosfátidos, de constituyentes insaponificables y de ácidos grasos libres naturalmente presentes en las grasas o aceites.

Grasas y aceites vírgenes: las grasas y aceites vegetales comestibles obtenidos, sin modificar la naturaleza del aceite, por procedimientos mecánicos, por ejemplo, extrusión y prensado, y por aplicación únicamente de calor. Podrán haber sido purificados por lavado, sedimentación, filtración y centrifugación únicamente.

Grasas y aceites prensados en frío: las grasas y aceites vegetales comestibles obtenidos, sin modificar el aceite, mediante procedimientos mecánicos, por ejemplo, extrusión o prensado, sin la aplicación de calor. Podrán haber sido purificados por lavado, sedimentación, filtración y centrifugación únicamente.

En los aceites vírgenes o prensados en frío no se permite el uso de aditivos. Los detalles se encuentran en la norma publicada en [la lista de estándares del Codex Alimentarius](#).

Productos de producción orgánica (opcional)

La comercialización en la Unión Europea de productos orgánicos debe cumplir las normas establecidas por [Reglamento \(CE\) n° 834/2007 del Consejo](#) y [Reglamento \(CE\) no 889/2008 de la Comisión](#). Estas reglas cubren principalmente los siguientes aspectos:

- Producción, procesamiento, empaque, transporte y almacenamiento de productos
- Uso de determinados productos y sustancias en la elaboración de alimentos (anexos VIII y IX del Reglamento (CE) no 889/2008 de la Comisión).
- Prohibición del uso de organismos genéticamente modificados (OGM) y de productos fabricados a partir de OMG en la producción orgánica
- Logotipo de producción orgánica de la Unión Europea. La información sobre la reglamentación de uso, el manual del usuario y las preguntas frecuentes están disponibles en: https://ec.europa.eu/agriculture/organic/downloads/logo_en
- Las medidas de inspección y el sistema de control específico que se aplicarán a este tipo de productos.

Importaciones de terceros países

Los productos orgánicos de terceros países solo pueden comercializarse en la UE cuando están etiquetados como productos con indicaciones referentes a la producción ecológica, si han sido producidos de acuerdo con las normas de producción y sujetos a acuerdos de inspección que cumplen o equivalen a la legislación comunitaria.

- Las importaciones en la UE están permitidas según los siguientes sistemas establecidos por el [Reglamento \(CE\) n° 1235/2008 de la Comisión](#).
- Directrices para la importación de productos orgánicos en la Unión Europea (en Inglés): http://trade.ec.europa.eu/services/reqs/public/u1/requirement/auxi/eu/eu_sporgan_guidelines_imports.pdf/
- Más información en general: https://ec.europa.eu/food/animals/animal-products/aquaculture_en

Declaraciones nutricionales y de propiedades saludables en los alimentos (opcional)

Se puede promover las propiedades nutricionales y saludables del producto hacia el consumidor, pero la Unión Europea solo

le permite declarar beneficios nutritivos y saludables que están respaldados por evidencia científica y aprobados por las autoridades competentes.

Las normas de la Unión Europea sobre declaraciones nutricionales y de propiedades saludables se han establecido mediante el [Reglamento \(CE\) n° 1924/2006](#). Este reglamento es el marco legal utilizado por los operadores de empresas alimentarias cuando quieren destacar los efectos beneficiosos particulares de sus productos, en relación con la salud y la nutrición, en la etiqueta del producto o en su publicidad.

Declaración de propiedades saludables

Una declaración de propiedades saludables es cualquier declaración sobre una relación entre los alimentos y la salud. La Comisión Europea autoriza diferentes declaraciones de propiedades saludables siempre que estén basadas en evidencia científica y puedan ser fácilmente comprendidas por los consumidores. La Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria (EFSA) es responsable de evaluar la evidencia científica que respalda las afirmaciones que benefician la salud.

Tipos de reclamaciones de salud:

1. Las 'declaraciones de propiedades saludables'

- En relación con el crecimiento, desarrollo y funciones del cuerpo.
- Refiriéndose a funciones psicológicas y de comportamiento.
- En adelgazamiento o control de peso.

2. Las 'Declaraciones de reducción de riesgo' sobre la reducción de un factor de riesgo en el desarrollo de una enfermedad.

3. Las 'Declaraciones de salud referidos al desarrollo de los niños'.

Declaración nutricional

Una "Declaración nutricional" significa cualquier declaración que indique, sugiera o implique que un alimento tiene propiedades nutricionales beneficiosas particulares debido a:

1. La energía (valor calorífico) que:

- (a) proporciona
- (b) proporciona a una tasa reducida o incrementada o
- (c) no proporciona

2. Los nutrientes u otras sustancias que:

- (a) contiene
- (b) contiene en proporciones reducidas o aumentadas o
- (c) no contiene

Las declaraciones nutricionales solo están permitidas si se enumeran en el anexo del [Reglamento \(CE\) n° 1924/2006](#), cuya última modificación la constituye el [Reglamento \(UE\) n° 1047/2012](#).

Más información (en inglés):

- https://ec.europa.eu/food/safety/labelling_nutrition/claims/health_claims_en
- https://ec.europa.eu/food/safety/labelling_nutrition/claims/nutrition_claims_en

Autoridades nacionales en los Países Bajos

Nederlandse Voedsel en Waren Autoriteit
- NVWA

Autoridad de seguridad de los alimentos y productos a consumidores
Postbus 43006
NL-3540 AA Utrecht
Tel: (+31) 88 223 33 33
Fax: (+31) 88 223 33 34
E-mail: info@nvwa.nl
Página web: <http://www.nvwa.nl>

Ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit
Ministerio de Agricultura, Naturaleza y Calidad de los Alimentos
Postbus 20401

NL-2500 EK The Hague
Tel: (+31) 70 379 8911

E-mail: <https://www.rijksoverheid.nl/contact/contactformulier>

Página web: <https://www.rijksoverheid.nl/ministeries/ministerie-van-landbouw-natuur-en-voedselkwaliteit>

Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport | Directie Volksgezondheid, Gezondheidsbescherming en Preventie (VGP)
Ministerio de Salud Pública, Bienestar y Deporte | Dirección de Salud Pública, Protección de la Salud y Prevención
Afd. Voeding en Voedselveiligheid
Departamento de Alimentos y Seguridad Alimentaria

Postbus 20901

NL-2500 EX The Hague

Tel: (+31) 77 465 67 67

Fax: (+31) 70 351 7895

E-mail: <https://www.rijksoverheid.nl/contact/contactformulier>

Página web: <http://www.rijksoverheid.nl/ministeries/uws>

6.3. Certificaciones y estándares

Para el manejo del producto, tal como la producción, el embalaje, el almacenamiento y el transporte, es necesario trabajar con certificaciones de inocuidad en base de HACCP, como por ejemplo ISO22000, BRC o IFS. Para aceites con características saludables (prensado en frío, no refinado) la certificación orgánica es uno de los requisitos más demandados.

Los productos deben ser sostenibles y socialmente responsables. Para los aceites nichos, no siempre se requieren certificaciones para mostrar el cumplimiento con los estándares sociales y ambientales. Esto es diferente para los aceites a gran escala; para el aceite de palma hay, por ejemplo, varias iniciativas como el [Roundtable on Sustainable Palm Oil](#) (RSPO) y [Dutch Alliance for Sustainable Palm Oil](#). Se espera que las normas y certificaciones para otros aceites también se formalicen en el futuro.

Etiquetas e certificaciones principales para pimientos en Los Países Bajos



EKO / Orgánico
Productos certificados orgánicos bajo de control de [SKAL](#); certificado aliado al [certificado orgánico de La Unión Europea](#)

Etiquetas y certificaciones menos comunes para aceites en los Países Bajos



Global GAP e GRASP
Global GAP es un certificado común para las buenas prácticas en la agricultura. GRASP es la adición social que pertenece a GlobalGAP. Este estándar no se usa como etiqueta para el consumidor



Milieukeur / Planet Proof
Fundación Milieukeur (ambiental y sostenibilidad) certifica procesos de producción sostenibles. A partir de 2019 se cambia en la etiqueta a PlanetProof. La aplicación a nivel internacional está todavía limitada. También ver: [Milieukeur Internacional](#)



Fair for Life
Certificación para Comercio Justo y cadenas de suministro responsables



Fairtrade / [Max Havelaar](#)
Etiqueta de comercio justo y control social en países en desarrollo; es parte de [Fairtrade International](#)



Demeter
Etiqueta y sociedad para agricultura bio-dinámica



Rainforest Alliance
Certificación y etiqueta de sostenibilidad ambiental, social y económica, asociado con el Sustainable Agriculture Network ([SAN](#))

Sistemas de gestión para la seguridad alimentaria

HACCP

Sistema de Análisis de Peligros y Puntos de Control Críticos



BRC Estándares de seguridad, empaquetado, almacenamiento, comercio de alimentos



IFS Estándar para la logística, el procesamiento y el comercio de alimentos



ISO Sistema de seguridad alimentaria (p.ej. ISO / FSSC 22000 en base de HACCP)



SQF Estándar y sistema de seguridad alimentaria

07

Iniciativas e estándares sociales y ambientales	
	IDH Sustainable Trade Initiative : Una alianza público-privada para impulsar nuevos enfoques económicamente viables para lograr un crecimiento verde e incluso a gran escala en los sectores de productos básicos y las áreas de abastecimiento. Para soja y aceite de palma ya se han definidos objetivos específicos.
	Sedex Una organización de membresía sin fines de lucro para evaluar y administrar su desempeño en torno a los derechos laborales, la salud y la seguridad, el medio ambiente y la ética empresarial. Miembros incluyen: Mars, Ferrero, Mondelez, Cargill. Dentro de Sedex se trabaja con una auditoría SMETA (Sedex Members Ethical Trade Audit).
	Amfori BSCI (Business Social Compliance Initiative) Una iniciativa de cumplimiento social empresarial de una plataforma Europea de comerciantes, industrias e importadores, que proporciona un sistema práctico y eficiente para mejorar el cumplimiento social dentro de sus cadenas de suministro globales.
	SA 8000 (Social Accountability Standard) Un estándar de certificación social para fábricas y organizaciones en todo el mundo. SA8000 mide el desempeño social en ocho áreas importantes para la responsabilidad social en los lugares de trabajo.

7. Canales de comercialización y distribución

La cadena de suministro de aceites especiales está menos desarrollada y es menos madura que la cadena de aceites convencionales. Los aceites especiales sin refinar tienen tanto una posible

ruta directa a través de propietarios de (pequeñas) marcas de alimentos como una ruta indirecta a través de importadores o comerciantes intermediarios.

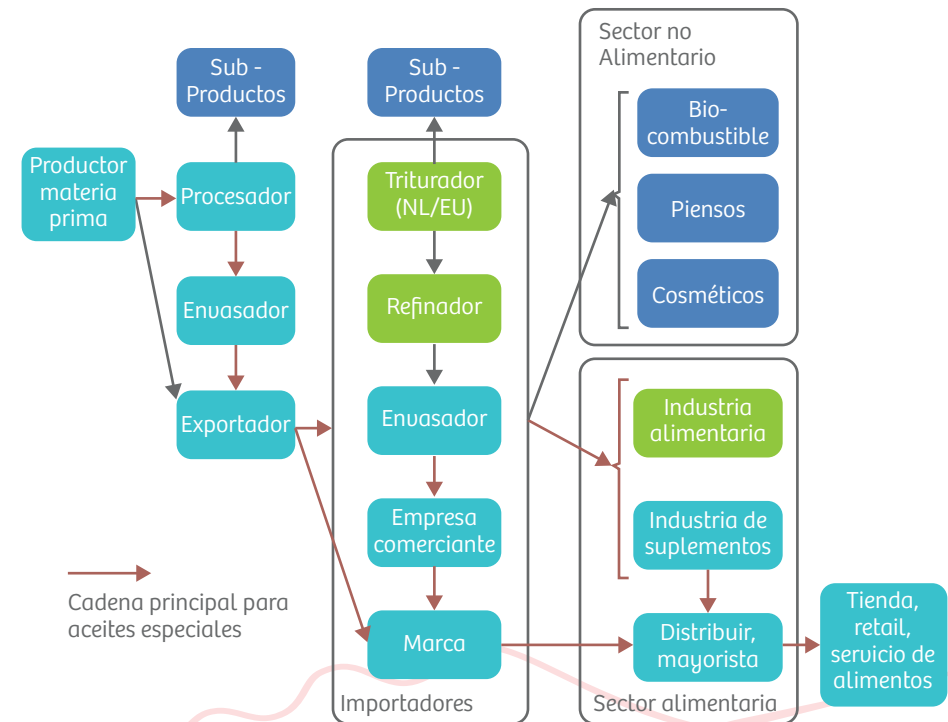


Figura elaborada por **ICI Business**

Procesadores

El procesamiento tiene tres pasos globales:

- Procesamiento de la materia prima: secado, descascarillado, clasificación
- Prensado de aceite crudo: trituración
- Procesamiento de aceite refinado: refinado, mezclado

Para los aceites culinarios y aceites de alta calidad (en el sector alimentario), la producción sin refinar es importante para preservar las características. El prensado de estos aceites puede tener lugar tanto en origen como en Europa.

A veces, el producto es demasiado nicho para las prensas de aceite holandesas y, como máximo, habrá algunos pequeños fabricantes artesanales de aceite. Este es el caso de la chía, sachá inchi y nuez de Brasil.

El aceite de aguacate a menudo también se procesa para que pueda ser utilizado fácilmente como aceite de cocina o aceite cosmético. Este proceso incluye refinado, blanqueado, hibernado y desodorizado. Por lo general, estos aceites se venden como "aceite puro", refiriendo al uso de 100% de aguacates, mientras que el aceite sin refinar se comercializa como "aceite virgen".

Si el aceite se comienza a usar a mayor escala, las aplicaciones para aceite refinado también aumentan. La industria encuentra formas de hacer aceite económicamente más atractivo al refinarlo y mezclarlo. Cuando el aceite esté refinado, la materia prima ya no tiene que ser de alta calidad porque el proceso saca las impurezas. Esto ya se hace por ejemplo para la producción del aceite de nuez de castilla, donde se utilizan nueces no comercializables y de más baja calidad. Luego, para hacerlo más atractivo como aceite culinario lo mezclan con un porcentaje de aceite virgen o agregan aromas.

Importadores

Mientras que los aceites convencionales están siendo refinados por grandes empresas, los aceites especiales encuentran su camino al mercado a través de canales alternativos de importación que pueden incluir diferentes tipos de empresas:

- Trituradoras y prensadores de aceite con productos importados.
- Importadores de aceites (en combinación con otros productos o ingredientes importados)
- Empresas con marcas de alimentos saludables (sin producción propia)

La ruta de los aceites especiales aún no está muy definida y depende de varios factores, como el volumen, el tamaño del mercado, el tipo de comprador, los costos de producción y los costos de cambio. Los aceites de alta calidad siguen siendo costosos y forman parte de un nicho de mercado con jugadores especializados, tanto en Europa como en el país de origen.

Industria alimentaria

Los aceites especiales permanecen en el segmento superior debido a su precio, y el consumo humano es un canal importante. Sin embargo, la industria alimentaria ofrece oportunidades limitadas para aceites especiales. Para la producción de alimentos masivos se utiliza principalmente aceites de bajo valor económico. Los aceites de alta calidad se pueden usar potencialmente como ingredientes

en alimentos o snacks saludables, suplementos, o productos naturales.

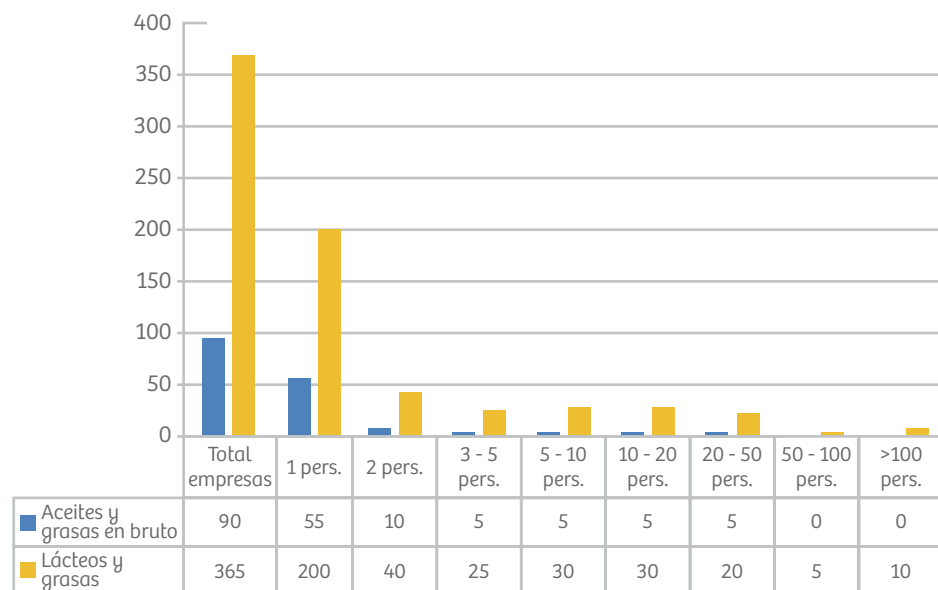
En la mayoría de los casos, los aceites especiales se ofrecen en botellas o frascos y el aceite es el único o principal ingrediente del producto.

Mayoristas

No hay muchos mayoristas que tienen aceites y grasas como actividad principal – en 2018 solo fueron registrados 90 de los cuales 55 fueron propietarios únicos.

Por lo general, el aceite es parte de una gama más amplia de alimentos secos, alimentos orgánicos o alimentos saludables. Los mayoristas y distribuidores de alimentos saludables y orgánicos tienen una participación relativamente grande en la venta de aceites especiales.

Número de mayoristas de aceites según la cantidad de personas empleadas (4o trimestre de 2018)



Fuente: CBS (en base de los códigos nacionales de SBI 46.33.1 y 46.21.6)

SBI 46.21.6 Venta al por mayor de aceites y grasas en bruto de origen animal y vegetal, y materias primas aceitosas

Esta clase incluye:

- Venta al por mayor de aceites vegetales crudos;

Entre ellos aceite de coco, aceite de palma, aceite de soja, entre otros;

- Venta al por mayor de aceites y grasas animales crudos;

Por ejemplo, la grasa de la carne de res no lista para el consumo, aceite de pescado y de hígado, entre otros;

- Venta al por mayor de semillas oleaginosas:

Entre ellos colza, semillas de girasol, entre otros.

Esta clase no incluye:

- venta al por mayor de aceites y grasas alimentarios (46.33.1);

- venta al por mayor de aceites minerales y grasas (si combustibles: 46.71.1, de lo contrario: 46.71.3).

SBI 46.33.1 Venta al por mayor de productos lácteos y aceites y grasas alimentarios.

Esta clase incluye:

- venta al por mayor de leche y productos lácteos;

- venta al por mayor de aceites y grasas alimentarios de origen vegetal;

- venta al por mayor de aceites alimentarios de origen animal;

- Venta al por mayor de margarina. Posiblemente en combinación con torneado, plastificación, lavado, frotado, cepillado y parafinado de queso.

Esta clase no incluye:

- venta al por mayor de grasas y aceites crudos de origen animal y vegetal, y materias primas a base de aceite (46.21.6);

Detallistas

En la comercialización de aceites especiales y saludables, como por ejemplo el aceite de aguacate, el segmento orgánico es relevante. La proporción de productos orgánicos es mayor en los supermercados, pero ese no es el lugar donde se encuentra la mayor variedad de aceites. Los supermercados se centran en productos comunes y algunos productos especiales como el aceite de sésamo, aceite de nuez y aceite de oliva especial.

El aceite de aguacate es un producto que se vende más en una tienda de productos biológicos o alimentos saludables. Otros aceites de nicho como sacha inchi, chía y nuez de Brasil están disponibles a través de tiendas en línea. El desarrollo de estos aceites nicho depende mucho de la introducción en las tiendas especializadas y tiendas web. En 2017, había 447 tiendas especializadas en alimentos orgánicos y saludables.

Desarrollo de la facturación de alimentos orgánicos	2016 (EUR millones)	2017 (EUR millones)	Participación
Supermercado	734,6	778,9	51,6%
Tienda especializada	336,3	324,6	21,5%
Servicio de alimentos	275,0	305,0	20,2%
Otro	100,0	102,0	6,7%
Total	1 445,9	1 510,5	100%

Fuente: [Bionext trendrapport 2017](#)

Comercio detallista 2017	Número de negocios / tiendas de alimentos orgánicas y saludables	Participación en la venta de alimentos al por menor
Negocios	447	1%
Tiendas	419*	4%

Fuente: [Detailhandel.info](#)

*el número de las tiendas es menor a la cantidad de negocios, lo cual se puede explicar por el comercio significativo en línea

Supermercados	Participación
Albert Heijn (AH)	34,8%
Superunie (asociación cooperativa de compras)	30,0%
Jumbo	18,2%
Lidl (supermercado de descuento)	9,9%
Aldi (supermercado de descuento)	6,8%

Fuente: [Foodpersonality](#)

Estructura del precio

El precio y los márgenes de un aceite especial dependen de varios factores:

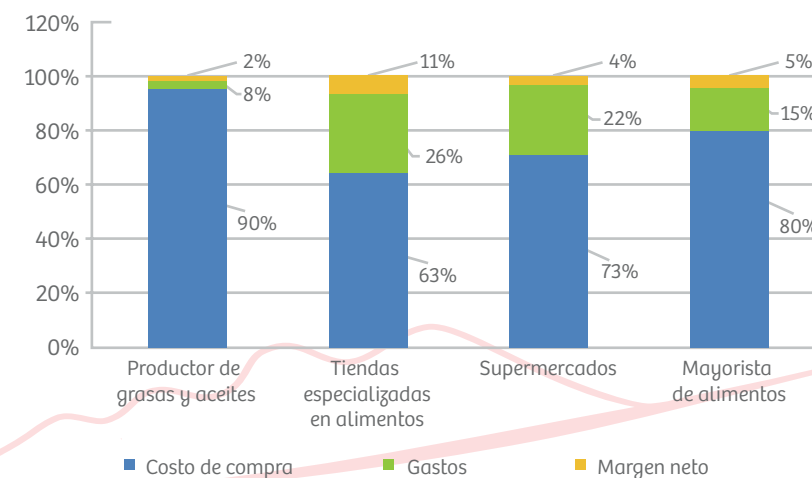
- Escalabilidad: economía de escala, volumen de transporte.
- Precio y disponibilidad de la materia prima
- Pérdida de producto durante el prensado, o porcentaje de aceite en la materia prima
- Tipo de proceso: Aceite no refinado es más costoso que aceite refinado o mezclado porque tiene una vida útil menos larga y requiere el uso de materia prima de primera calidad*
- Marca: una marca privada o marca exclusiva tiene un mayor margen

para el supermercado que una marca comercial.

- La demanda y la velocidad de rotación: El margen minorista puede variar de 6% para un aceite común hasta 50% para un aceite más exclusivo.
- Segmento y canal de venta: El margen de una tienda especializada es mayor al margen de un supermercado, y aceites suplementos tienen precios mayores a los aceites culinarios.

* La pregunta es hasta qué punto un consumidor reconoce la diferencia entre un aceite refinado o mezclado y un aceite virgen. La presentación de un aceite tiene una influencia significativa a su precio consumidor.

Márgenes promedios en la cadena de alimentos



Fuente: [Firmfocus.big](#)

Ruta logística

El puerto de Rotterdam es la principal entrada para productos importados. La ruta Callao (Perú) a Rotterdam (Países Bajos) es una ruta logística común. Aceites en volúmenes muy pequeños también se transportan por vía aérea. Hay vuelos directos diarios de KLM de Lima a Ámsterdam.

Una estimación del flete base, transporte marítimo Callao – Rotterdam / Ámsterdam:

- USD 1 500 para un contenedor regular de 20 pies.
- USD 5 500 para un contenedor refrigerado de 20 pies.
- Las cargas adicionales pueden sumar a USD 1 100 a 1 200 (p.ej. manejo de terminal, 'bunker charge').

Costos por envío aéreo:

- Envío aéreo tiene un costo entre USD 2 y 3/kg (exclusivo de cargas de manejo)

Naviera	Agente	Frecuencia
Maersk (Callao - Rotterdam)	Maerks Peru (511) 616-0202 www.maerskline.com/es-pe	Semanal
Hapag Lloyd (Callao - Rotterdam)	HAPAG-LLOYD PERU S.A.C +51 1 411-6500 www.hapag-lloyd.com	semanal
Seatrade (Paita – Rotterdam)	AnkaSea SAC Trading Seatrade Peru Phone: +51 144 105 44 www.ankasea.com	Semanal
Hamburg Sud (Callao - Rotterdam)	Cosmos (511) 714-4444 / 714-4490 www.cosmos.com.pe	Semanal
Evergreen (Callao - Rotterdam)	GreenAndes Lima: (511) 616-8000 Arequipa: (51-54) 271393 www.greenandes.com.pe	Semanal
Mol (Callao - Rotterdam)	Mol Peru SAC (511) 611-9403 www.molpower.com	Semanal

Transporte aérea	Depósito	Frecuencia
KLM (Jorge Chavez LIM – Schiphol AMS)	Au. Elmer Faucet 2823-Ofic 404 Lima (511) 571 5270 https://www.afklcargo.com	Diaria

Expedidores logísticos	Teléfono	Página web
GEODIS Geodis Wilson Peru	+51 1 613 5858 +51 1 619 3737	www.geodis.com
Kühne + Nagel	+51 1 612 0800	www.kn-portal.com
CEVA	+51 1 615 4505	www.cevalogistics.com/country/peru
Panalpina Transportes Mundiales	+51 1 202 6666	www.panalpina.com

Servicios de paquetes	Teléfono	Página web
DHL	+511 517 2500	http://www.dhl.com.pe
UPS	+511-264-0105	https://www.ups.com/pe/

08

8. Cadena de valor

La cadena de valor de aceites especiales se distingue de la cadena de aceites tradicionales. La novedad de los aceites especiales ofrece oportunidades en el mercado, especialmente en la demanda de productos saludables, pero también desafíos en el tema de precio, mercadotecnia y desarrollo de productos en origen.

Procesamiento

En la cadena de valor de aceites especiales la organización de los procesos es clave. Perú puede tener una ventaja por la producción y la selección de la materia prima (aguacate, sachá inchi, chíá y nuez de Brasil), pero el prensado y tratamiento del aceite son actividades que se pueden llevar a cabo en diferentes lugares. Especialmente chíá y nuez de Brasil son productos que se puede conseguir de empresas comerciantes con ingredientes secos. Solo para el aceite de aguacate es necesario tener un proceso directo por la frescura de la fruta. De los cuatro aceites especiales el aceite de aguacate ofrece más oportunidades en demanda y procesamiento.

La economía del producto, materia prima y subproductos

Algunos aceites especiales que están en el mercado (p.ej. aceite de nuez de castilla) están hecho de materia prima de calidad baja, refinado y a veces mezclado para obtener nuevamente un olor y sabor más natural. De esta manera los aceites son económicos y atractivos para canales grandes como los supermercados convencionales.

El conocimiento del consumidor está aumentando y los que buscan un aceite de calidad con características saludables o culinarias, cada vez más prefieren la opción natural y no refinado. Estos aceites son una especialidad del canal de productos saludables y orgánicos. Los productos naturales tienen también un mayor costo y por lo tanto un tamaño de mercado más fino.

Lo importante es realizar un negocio que es económicamente viable y con un mercado bien definido. Cuando un aceite

tiene beneficios saludables pero un precio muy alto, puede tener mejor lugar en el mercado de suplementos dietéticos. Una manera de presentar un precio más atractivo es tener otro mercado para los subproductos o residuos: la torta o la harina de la materia prima después de prensar el aceite. Además de la alimentación animal, la industria también busca [nuevas proteínas funcionales](#) con alto valor de nutrición.

Desarrollo de productos

Los aceites de chíá y sachá inchi son relativamente costosos, porque tienen un alto porcentaje de aceite omega 3 que puede ser interesante para mezclas con

otros aceites más económicos, como por ejemplo de linaza, o aplicar en suplementos de aceites mezclados.

En los aceites culinarios a veces agregan sabores de hierbas o especias, pero todavía no es muy común la mezcla de diferentes aceites. Sin embargo, mezclar y obtener aceite con un precio más atractivo podría ser una oportunidad para promocionar aceites que son menos conocidos, como el de sachá inchi.

Las características de sabor y de salud deben estar usados en la promoción de nuevos productos.

Comisión europea: regulaciones autoridades de seguridad alimentaria: EFSA, NVWA							
				Certificadores: SKAL			
Certificadores orgánico, inocuidad (p. ej. Control Union)				Laboratorios y inspecciones: TLR, BCI Rotterdam			
				Gremios / Organizaciones: MVO, Fediol, Vernof			
Financiamiento: Oiko Credits, FMO, Triadas							
Insumos, semillas				Logística (p.ej. C. Steinweg, Schutter Group)			
maquinaria de sorteo		tecnología de trituración		maquinaria de envasado			
Producción	Proceso I	Proceso II	Proceso III	Importación	distribución	Venta al por mayor	Venta al por menor
Cultivación de la materia prima	Limpieza, secado, clasificación, descascarado	Trituración, prensado, filtración	Refinado, blanqueado, hibernado, desodorizado	Logística	Centros de distribución; logística	Cash & Carry, mayorista	Supermercados, tiendas, restaurantes
Cultivación en origen	Productores en origen	Spack, Berivita Zwartzaadolie.nl	Maas Refinery, SRC	Spack, Bruma impex, Ecuador's Fine Taste, Oiltrade	De Nieuwe Band, Vehgro, Udea / Natudis, Unipharma & Naprog		Ge'W, Ekoplaza, Natuurwinkel, Holland & Barrett, tiendas en línea
Dipasa, De Wit Specialty Oils				Marca: Mattisson, otras marcas europeas	Superunie (asociación cooperativa de compras), Ahold (AH)		Supermercado: Albert Heijn (AH), Jumbo, PLUS
Productores integrados		Productores Europeos & extranjeros		Tradin Organic, Dipasa Europe		Sligro	Ekoplaza, Natuurwinkel, restaurantes

Figura elaborada por ICI Business

Proveedores (importadores)

Hay varios proveedores de aceites especiales con actividades de importación o de producción. Algunos compran un producto terminado de origen para la venta minorista, mientras que otros compran aceites para el comercio. Para el aguacate, hay

interés en el aceite no refinado y refinado (para freír o para cosméticos). Los aceites más nichos son generalmente comprados por jugadores más pequeños y especializados. Solo en la chía existen proveedores que compran las semillas como materia prima para producir aceite en pequeña escala.

Tipo proveedor	Descripción
Importador / trader / procesador	Las empresas que compran volumen para usuarios industriales y demandantes de alto consumo se clasifican como importador, 'trader' y en algunos casos tienen procesos productivos. Generalmente compran tanto los aceites como la materia prima seca. Los aceites especiales que importan necesitan una demanda básica como el aceite de aguacate y sésamo. La demanda de aceite de sachá inchi, chía o nuez de Brasil todavía es muy baja para estas empresas. Orgánico Las empresas Tradin Organic y Spack suministran aceite de aguacate orgánico. Tradin compra volumen de aceite refinado, y Spack tiene interés por el aceite virgen. Convencional Otra empresa que está en el mismo rubro es Dipasa , una empresa multinacional con sede en México que suministra el aceite de aguacate. Además existe una gran cantidad de proveedores de aceites convencionales, pero generalmente no enfocan en los aceites especiales. Cuando una empresa con aceites regulares, como Oiltrade , requiere aceites especiales, lo compran de proveedores cercanos, por ejemplo, en Alemania o Francia.
Empresas pequeñas y especializadas	Los aceites más nichos son parte de una especialización de empresas pequeñas y especializadas. Entre estas empresas se encuentran por ejemplo Bruma Impex , una micro-empresa que importa productos típicos de Perú como aceite de sachá inchi, y Ecuador's Fine Taste que representa la marca ecuatoriana MIRA que incluye aceite de aguacate virgen.
Productores especializados	En la chía existen algunas empresas que producen aceite de chía en los Países Bajos. Para un producto con baja demanda estas empresas están bien posicionadas porque pueden trabajar con volúmenes pequeños. Dos de estas empresas pequeñas que producen aceite de chía y venden a tiendas o directamente al consumidor, son la empresa Zwartzaadolie.nl y la empresa/marca Berivita . Berivita produce también aceite de semilla de aguacate – estos aceites no son para el consumo directo. Una empresa que opera a nivel más industrial e innovadora es la empresa De Wit Specialty Oils . Con una procesadora subsidiaria en el Reino Unido que puede producir lotes entre 5 a 500 toneladas de aceite (de chía).

Proveedores					
Local		Exterior	característica del producto/ bien deman- dado	Posición (es) de la empresa en la Cadena de Valor	Canal de comercializa- ción
Empresa	Facturación / tamaño	País/			
(datos y web)		Empresa			
Tradin Organic www.tradinorganic.com	>USD 100 MM, 350+ empleados (parte de SunOpta - USD1,3 mil millones)	Varios orígenes	Aceite de aguacate, orgánico, refinado	Importador	Usuarios grandes
Spack https://spack.nl	Mediano: +/-2 toneladas (Aceite de aguacate) (11-50 empleados)	México e.o.	Aceite de aguacate orgánico	Importador / envasador	Empresas de marcas de alimentos
Dipasa Europe www.dipasa.nl	Mediano (11-50 empleados) oficinas México, EEUU	Producción en México	Aceite de aguacate, sésamo (refinado o extra virgen)	Importador	Industria y marcas alimenticias
Ecuador's Fine Taste http://ecuadorsfinetaste.nl	Pequeño (2 empleados)	Ecuador, marca MIRA	Aceite de aguacate	Importador	Tiendas, restaurantes, distribuidores extranjeros
Oiltrade www.oiltrade.nl	Pequeño (2-10 empleados)	Gustav Heess , e.o (para aceites especiales)	Aceites convencionales (pocos especiales)	Importador	Mayoristas, servicio de alimentos
Bruma's import & export www.bruma-superfood.nl	Pequeño (2 empleados)	Perú	Aceite de sachá inchi y productos relacionados a Perú	Importador	Tiendas, consumidores

Proveedores					
Local		Exterior	característica del producto/ bien deman- dado	Posición (es) de la empresa en la Cadena de Valor	Canal de comercializa- ción
Empresa	Facturación / tamaño	País/			
(datos y web)		Empresa			
Westfalia www.westfaliafruit.com	Grande	Suráfrica	Aceite de aguacate, fruta fresca	Importador, productor	Distribuidores, mayoristas, cadenas minoristas
De Wit Specialty Oils www.dewitoils.nl	Mediano (10 empleados)	Capacidad 5-500 toneladas	Chía (materia prima)	Productor	Industria alimenticia
Berivita www.berivita.com	Pequeño (2-10 empleados)	N.d.	Chía, Aceite de aguacate (no comestible)	Productor	Tiendas de salud, droguerías, consumidores
Zwartzaadolie.nl www.zwartzaadolie.nl	Pequeño	N.d.	Chía (materia prima)	Productor	Consumidores

Muchos aceites especiales son comercializados por varias empresas europeas (comercio / marca) y muchas de estas empresas se pueden encontrar fuera de los Países Bajos:

Proveedores europeos	Aceites
Gustav Heess	Aguacate (chía, sachá inchi)
Henry Lamotte	Aguacate, sachá inchi, chía, nuez de Brasil
Bioplanète	Aguacate, sachá inchi, chía
Ölmühle Solling	Aguacate, chía, sachá inchi (bálsamo de piel)
Huilerie de Lapalisse	Aguacate (marca)
AOT	Sachá inchi (blanqueado, pensado en frío), amaranto
Neupert ingredients	Chía

Demandantes

Empresas demandantes son empresas que procesan o envasan aceites vegetales y compañías que están suministradas

para realizar una marca o marca privada. Además existen proveedores de servicio que demandan el producto pero no llegan a ser dueños o comercializadores del producto.

Tipo demandantes	Descripción
Procesador, refinaria	Empresas que reciben aceites especiales y orgánicos, brindando servicios de refinado, son por ejemplo MaasRefinery y SRC. Estas empresas son procesadoras independientes y no son dueños del producto. MaasRefinery recibe aceites especiales para refinarlos para la venta en el sector alimentario (incluyendo orgánico). No trabajan con aceites como de sacha inchi o chía (todavía), pero tienen aceites refinados de por ejemplo sésamo, almendra y nuez de castilla. Special Refining Company (SRC) también se especializa en el refinado de aceites orgánicos e incluye aceites especiales como la nuez de castilla, macadamia y avellana.
Envasador	La empresa Spack no solo importa y produce aceites, sino también está especializado en el mezclado y envasado de aceites orgánicos. Ellos tienen interés de trabajar con aceite de aguacate y potencialmente también otros aceites más nichos. La empresa Spack suministra a clientes de marcas con envases desde 250ml hasta usuarios grandes de 1000 litros.
Marca, marca privada	Empresas con marcas propias o cadenas detallistas con una marca privada son demandantes de productos terminados. Una marca que compra aceite de sacha inchi directo de origen de Perú es Mattisson . Esta marca enfoca en los alimentos e ingredientes saludables y puede promover productos bajo su marca. Además de aceite de sacha inchi también le interesa el aceite de aguacate. Usualmente las cadenas detallistas como GeW tienen marcas privadas. Algunos aceites se comercializan bajo estas marcas privadas, como por ejemplo "It's Amazing" aceite de chía o GeW aceite de aguacate básico . Los proveedores de estos aceites normalmente son de origen europeo.

Empresas demandantes

Empresa (datos y web) / marca(s)	Facturación general de la empresa	Características del producto/bien transformado	Certificaciones requeridas	Posición(es) de la empresa en la Cadena de Valor
Spack https://spack.nl/	Mediano: +/-2 toneladas (Aceite de aguacate) (11-50 empleados)	Aceite de aguacate, e.o. (no refinado)	orgánico	Productor, envasador, importador
Maas refinery www.maasrefinery.eu/	Mediano: desde 5 toneladas (11-50 empleados)	Aceite de aguacate refinado, e.o.	Orgánico (y FSSC22000)	procesador
Special Refining Company (SRC) https://refinery.nl/	Mediano (11-50 empleados)	Aceites refinados (orgánicos)	orgánico	procesador
Mattisson www.mattisson.nl	Pequeño-mediano (10-15 empleados)	Aceite de sacha inchi (en botella) de Perú (Amazon Health Products)		marca (suministrado a mayoristas, p.ej. Natudis)
Naprog (GeW) www.gezondheidswinkel.nl	Formula de tiendas GeW (100 tiendas) (distribución por Unipharma)	Aceite de aguacate, chía (marca privada)		Mayorista y franquicia con marcas privadas

Comercializadores

Los canales especializados en alimentos orgánicos y productos saludables son los más relevantes para la comercialización de aceites especiales en los Países Bajos.

Tipo comercializador	Descripción
Tiendas orgánicas	Ekoplaza es la cadena de supermercados orgánicos más grande en Los Países Bajos. La empresa es parte del distribuidor Udea y tiene una gama extensiva de aceites, entre ellos aceite de aguacate.
Tiendas de salud	Tiendas de salud tienen una variación de productos saludables (alimentos y productos de cuidado); por ejemplo las tiendas de GeW (aceite de chía, aguacate), Natuurwinkel (vende la marca Mattisson), Holland & Barrett (aceite de aguacate, chía). Aceite de nuez de Brasil es más común en las tiendas de productos de cuidado, como por ejemplo en la cadena inglesa The Body Shop, que usa este aceite en sus productos.
Tiendas únicamente en línea	El canal en línea tiene importancia significativa. Una selección de tiendas en línea que enfoca en 'superalimentos' o alimentos saludables: www.deonlinedrogist.nl www.ecuadorsfijetaste.nl www.gezondheidsaanhuis.nl www.pit-pit.com www.internetdrogisterij.nl https://store.vitamins.nl (Natudis) www.naturalheroes.nl www.een-groenewereld.nl
Mayoristas, Cash & Carry	En la comercialización al por mayor diferentes actores representan marcas o cuentan con una propia cadena minorista. El concepto de las tiendas de GeW está aliado a la empresa Naprog y Unipharma , que brinda el servicio de distribución. Vehgro es importador y distribuidor de productos naturales y marcas privadas, pero se enfoca particularmente en la venta al por mayor de harinas. Dentro del surtido tienen aceite de sachá inchi como producto adicional que consiguen de un intermediario (no divulgado). De Nieuwe Band es un mayorista cooperativo de alimentos orgánicos y funciona como intermediario entre el productor/proveedor y los detallistas. En su surtido incluye aceite de aguacate de Emile Noël (Francia). La cadena de Ekoplaza pertenece a Udea , un mayorista y representante de marcas de productos orgánicos, p.ej. los aceites de Bioplanète (Alemania/Francia). En 2018 se unirá con el mayorista Natudis con actividades similares y que está aliado a la cadena de "Natuurwinkel". Mayoristas 'cash & carry' suministran clientes como restaurantes y otros servicios de alimentos. Uno de ellos es Sligro que comercializa la marca de aceite de aguacate de Lapalisse (Francia).
Supermercado	Los supermercados todavía no han adoptado aceites exóticos, fuera de algunos aceites especiales como aceite de nueces de castilla y sésamo. Sin embargo, es probable que los aceites crecientes como de aguacate entrarán por estos canales. Los principales supermercados son Albert Heijn (AH), Jumbo y Superunie , una asociación cooperativa de compras para supermercados.

Comercialización			
Empresa	Descripción del producto / bien de consumo final	Canal	Facturación
UDEA udea.nl	Aceite de aguacate de Bioplanète aguacate (Kenia), alimentos orgánicos	Mayorista y minorista (Ekoplaza, venta en línea)	> EUR 100 millones
Natudis (UDEA)	Aceite de aguacate de Bioplanète aguacate (Kenia), alimentos orgánicos	Mayorista y minorista (Natuurwinkel, venta en línea)	EUR 35 millones, 27 tiendas
De nieuwe band nieuwweband.nl	aceite de aguacate, marca Emile Noël (Francia), alimentos saludables	Mayorista cooperativo	N.D.
GeW (Naprog) gezondheidswinkel.nl	Productos saludables, aceite de aguacate, chía (marca y marca privada)	Mayorista y minorista (GeW)	100 tiendas
Vehgro vehgro.nl	Aceite de sachá inchi de Camboya	Mayorista	N.D.
Holland & Barrett hollandandbarrett.nl	Aceite de aguacate, marca NaturesAid (Reino Unido) y otros productos & alimentos naturales	Cadena minorista	EUR 117,3 millones en Países Bajos
Sligro sligro.nl	aceite de aguacate de Lapalisse (Francia)	Mayorista / Cash & Carry	EUR 2,1 mil millones
Vitium vitium.nl	Aceite de chía (marca)	Mercado callejero, tienda en línea	N.D.
FoodBazar foodbazar.nl	Aceite de aguacate, marca Ölmühle Solling	Tienda en línea (ejemplo)	N.D.

09

9. Perfil del comprador

La siguiente tabla muestra una selección de compradores de aceites y sus intereses.

Empresa		Productos importados
Tradin Organic	www.tradinorganic.com	Aceite de aguacate refinado, orgánico, y otros ingredientes orgánicos
Mattisson	www.mattisson.nl	Marca de alimentos saludables; aceite de sacha inchi.
Spack	https://spack.nl	Importador, prensador, envasador de aceites orgánicos
Bruma's impex	www.bruma-superfood.nl	Pequeño importador de productos peruanos, entre ellos sacha inchi
Oiltrade	www.oiltrade.nl	Aceites convencionales (para cocinar). Poco volumen de aceites especiales
Vehgro	www.vehgroshop.nl	Aceite de sacha inchi de Camboya – es un producto adicional suministrado por un intermediario. La Importación no es una especialidad.
De Wit Specialty Oils	www.dewitoils.nl	Procesador y proveedor de aceites Omega 3 e ingredientes innovadores
Witsenburg	www.witsenburg.net	Pequeña empresa enfocada en aceite de coco y omega 3.

10

10. Actividades de promoción

10.1. Ferias y exhibiciones

Ferias y exhibiciones nacionales y europeos:

Feria	Lugar	Fecha	Rubro	Enlace
Horecaua	Ámsterdam	Enero	Culinario	www.horecaua.nl
Oils and Fats	Múnich	Septiembre, bianual	Grasas y aceites	www.oils-and-fats.com
Food Ingredients Europe	Diferentes ciudades en Europa e int.	Diciembre, bianual	Ingredientes alimentarias	www.figlobal.com
BioFach	Núremberg	Febrero	Alimentos orgánicos	www.biofach.de
Anuga	Colonia	Octubre, bianual	Alimentos	www.anuga.com
SIAL	París	Octubre, bianual	Alimentos	www.sialparis.com
Vitafoods	Ginebra	Mayo, anual	Nutracéutico	www.vitafoods.eu.com

11

10.2. Publicaciones especializadas

Organización / publicación	Descripción	Rubro	Enlace
Oils & Fats International	Revista especializada en la industria internacional de aceites	Grasas y aceites	www.ofimagazine.com
Oilworld	Análisis y pronóstico independiente del mercado global de semillas oleaginosas y aceites	Materia prima, aceites	www.oilworld.biz
OrganiceWellness News	Noticias de alimentos saludables (internacional)	Alimentos saludables	www.organicwellness-news.com
Food Navigator	Noticias de la industria alimentaria (internacional)	Alimentos	www.foodnavigator.com
Ingredients Network	Noticias de ingredientes (internacional)	Ingredientes	www.ingredientsnetwork.com
Vakblad Voedingindustrie	Revista para la industria de alimentos	alimentos	www.vakbladvoeding-industrie.nl
Wageningen University & Research	Publicaciones científicas	Agricultura & alimentación	www.wur.nl

11. Oficinas y gremios

NB: No existen organizaciones específicas para aceites especiales.

Organización	País	Enlace
Vereniging van Nederlandse Fabrikanten van Eetbare Oliën en Vetten (VERNOF) Asociación de fabricantes holandeses de aceites y grasas comestibles	Países Bajos	www.vernof.nl
MVO La organización para la cadena de aceites y grasas.	Países Bajos	www.muon.nl
Netherlands Oils, Fats and Oilseeds Trade Association (NOFOTA) Asociación Holandesa de Comercio de Aceites, Grasas y Oleaginosas	Países Bajos	www.nofota.com
FEDIOL La asociación de la industria del aceite vegetal y harina de proteínas de la Unión Europea, representa los intereses de las trituradoras de semillas oleaginosas, refinadores de aceites vegetales y embotelladores europeos.	Europa	www.fediol.eu

12

12. Fuentes de información

Agrodata Peru - <https://www.agrodataperu.com/2018/12/grasas-vegetales-aceite-sacha-inchi-aceite-palta-peru.html>

<https://www.agrodataperu.com/2018/12/grasas-vegetales-aceite-sacha-inchi-aceite-palta-peru.html>

Bionext – Trendrapport 2017 -

<https://bionext.nl/documents/20182/0/Bionext+trendrapport+2017.pdf/1d13c783-89a6-4675-be40-8f15385a6767>

CBI – Exporting vegetable oils to Europe (various reports 2018) – <https://www.cbi.eu/market-information/vegetable-oils>

CBS:

- Groot Nederlands aandeel in Europese productie van sojasaus en schepen - <https://www.cbs.nl/nl-nl/achtergrond/2013/42/groot-nederlands-aandeel-in-europese-productie-van-sojasaus-en-schepen>
- Publieke cijfers SBI code 46216 - <https://www.publiekecijfers.nl/SBI-klasse-46216>
- CBS Statline - <http://statline.cbs.nl>

Comisión Europea:

- Ley de Alimentos (Food Law): https://ec.europa.eu/food/safety/general_food_law/principles_en
- Reglamentos e directivas europeas: <http://eur-lex.europa.eu/>

De Betere Wereld - Bio Planete avocado-olie - <https://www.debeterewereld.nl/eten-drinken/29029avocado-olie/>

Fediol - <https://www.fediol.eu/>

Detailhandel.info – Biologische levensmiddelenzaken - <http://detailhandel.info/index.cfm/branches/levensmiddelenzaken/biologische-levensmiddelenzaken/>

FAO

- Codex Alimentarius - [norma para grasas y aceites comestibles no regulados por normas individuales, codex stan 19-1981](http://www.fao.org/fao-who-codexalimentarius/codex-texts/list-standards/en/) - <http://www.fao.org/fao-who-codexalimentarius/codex-texts/list-standards/en/>

- [Faostat](http://www.fao.org/faostat/en/#data/QC) - <http://www.fao.org/faostat/en/#data/QC>

FoodPersonality – marktaandeelen 2017 - <https://www.foodpersonality.nl/marktaandeelen-2017/>

ITC Trademap (UN Comtrade) - <https://www.trademap.org/>

MVO:

- De Nederlandse oliën en vettenindustrie in feiten en cijfers - <https://www.muov.nl/de-nederlandse-oliën-en-vettenindustrie-in-feiten-en-cijfers>
- 2017 recordjaar voor oliën en vettensector - <https://www.muov.nl/2017-recordjaar-voor-oliën-en-vettensector>
- Wat eet Nederland - <https://www.muov.nl/wat-eet-nederland>

Nation (Kenia) - <https://www.nation.co.ke/counties/kilifi/Kilifi--Israeli-firm-sign-Sh12-5bn-deal-to-revive-fruit-farming-1183282-4762968-2bosacq/index.html>

Port of Rotterdam - <https://www.portofrotterdam.com/en/cargo-industry/refining-and-chemicals/vegetable-oil-refining>

RIVM:

- [Wat eet Nederland: vetten en oliën](https://www.wateetnederland.nl/resultaten/voedingsmiddelen/consumptie/vetten-en-oliën) (fecha de publicación 20-11-2018) - <https://www.wateetnederland.nl/resultaten/voedingsmiddelen/consumptie/vetten-en-oliën>
- Factsheet - <https://www.rivm.nl/sites/default/files/2018-11/Factsheet%20VCP%20basis.pdf>

SIICEX - http://www.siicex.gob.pe/promperustat/frmbuscar_Pais.aspx

Sunat - <http://www.sunat.gob.pe/legislacion/procedim/normasdua/gja-04.htm>

TARIC (La Fiscalidad y Unión Aduanera) - http://ec.europa.eu/taxation_customs/dds2/taric/taric_consultation.jsp?Lang=es

[Trade Helpdesk](http://trade.ec.europa.eu/tradehelp/es) - <http://trade.ec.europa.eu/tradehelp/es>

Vakblad Voedingsindustrie – Zoektocht naar functionele eiwitten - <https://www.vakbladvoedingsindustrie.nl/nl/artikel/zoektocht-naar-functionele-eiwitten>

Vereniging van Nederlandse Fabrikanten van Eetbare Oliën en Vetten (VERNOF) - <https://www.vernof.com/>

Wageningen University & Research (WUR) - Algen: onze oorspronkelijke omega-3-bron - <https://www.wur.nl/nl/nieuws/Algen-onze-oorspronkelijke-omega-3-bron.htm>

Fuentes directas:

- Tradin Organic - www.tradinorganic.com
- Mattisson - www.mattisson.nl
- Spack BV - <https://spack.nl>
- Bruma Impex - www.bruma-superfood.nl
- Oiltrade - www.oiltrade.nl
- Vehgro - www.vehgroshop.nl
- De Wit Specialty Oils - www.dewitoils.nl

Otras fuentes:

- Convenio colectivo de trabajo de la industria de margarina y aceite de cocina: https://www.fnu.nl/site/alle-sectoren/caos/caos/433955/Margarine- en Spijsvetindustrie_cao_2017-2019.pdf
- gemiddeld-inkomen.nl
- Berekenhet.nl
- NFC Index
- Nederlandse vereniging van make-laars (NVM)
- Energievergelijker.nl
- internetten.nl



2019



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo