Universidad de Buenos Aires Facultad de Ciencias Económicas Escuela de Estudios de Posgrado

Maestría en Gestión Empresarial de Comercio Exterior y de la Integración

Trabajo Final de Maestría

"ANÁLISIS DE NEGOCIOS Y OPORTUNIDADES PARA LA EXPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ACEITE DE OLIVA ARGENTINO HACIA COLOMBIA"

AUTOR: LAURA XIMENA GODOY GUTIÉRREZ

DIRECTOR: GABRIEL SUELDO



CLAUSULA DE ORIGINALIDAD

"Expreso que el contenido del Presente Trabajo Final de la MAESTRÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL DEL COMERCIO EXTERIOR Y DE LA INTEGRACIÓN, es, a mi conocimiento, original, como resultado de mi esfuerzo e investigación y no he desarrollado ni presentado este proyecto en forma parcial o total, como una tesis, en otra institución. Cabe aclarar, que en el presente trabajo se mencionan contenidos, opiniones, sugerencias de autores y se extrae información de varios medios en relación al tema. Las referencias y fuentes se encuentran debidamente detalladas."



DEDICATORIA

Quiero dedicar esta tesis a mis padres y a mi novio por su apoyo durante los 2 años de estudio y la realización de este trabajo, por no dejarme desfallecer y animarme a seguir adelante cuando más lo necesite. A Dios por nunca abandonarme y permitirme cumplir mis metas.

A mi tutor por su tiempo, dedicación y conocimiento lo cual contribuyo a la elaboración de esta tesis.

A ellos hoy estoy logrando culminar una etapa más en mi vida académica y el logro del título de Maestría.

LAURA XIMENA GODOY GUTIERREZ



ÍNDICE

Resumen	7
Abstract	8
Introducción	9
Metodología de Elaboración	11
Planteamiento del Tema	12
Tema	12
Objetivos	12
Objetivo General.	12
Objetivos Específicos	12
Hipótesis	12
Cronograma	13
Marco Teórico	14
Mercado Mundial de Aceite de Oliva	14
Producción de Aceite de Oliva en Argentina	17
Provincias Productoras	19
Exportaciones de Argentina	21
Balanza Comercial	22
Exportaciones de Aceite de Oliva hacia Colombia	23
Estudio de Mercado	23
Perfil de Colombia.	25
Segregación de Población por Edad y Sexo	26
Indicadores Económicos	27
Balanza Comercial	28
Mercado Objetivo	29
Percepción de la Calidad	30
Marca Alimentos Argentinos	31
Importaciones de Colombia.	32
Principales Importadores de Aceite de Oliva en Colombia	32
Clientes Potenciales	33



Marcas de Aceite de Oliva en Colombia.	34
FODA	34
Fortalezas	34
Oportunidades	34
Debilidades	35
Amenazas	35
Análisis para Seleccionar Mercado Meta	35
Canadá	35
México	36
Producto	38
Ficha Técnica	38
Ingredientes	39
Información Nutricional	39
Tipos de Aceite de Oliva.	40
Aceite de Oliva Refinado	40
Aceite de Oliva Virgen	40
Aceite de Oliva Virgen Extra	40
Aceite de Oliva Virgen	40
Aceite de Oliva Virgen Corriente	40
Aceite de Oliva Virgen Lampante	41
Proceso de Extracción.	41
Ciclo de Vida del Producto.	42
Requisitos Técnicos.	43
Rótulo y Etiqueta	43
Envase	45
Empaque	45
Embalaje	45
Precio	46
Precios referenciales	46
Comercialización y Distribución.	47



Promoción	47
Estrategia de Comunicación Digital	48
Diseño Web y Posicionamiento SEO	48
Publicidad Online	49
E-mail Marketing	49
Social Media	49
Comercio Exterior	50
Clasificación Arancelaria	50
Análisis Impositivo y Aduanero	50
Plan de Exportación	51
Requisitos para la Exportación	51
Requisitos para la Importación en Colombia	51
Documentos	52
Nacionalización	52
Logística Internacional	53
Determinación del Precio CIF	54
Conclusiones	55
Bibliografía	56



RESUMEN

El presente trabajo se realiza con el fin de analizar la posibilidad de exportación y comercialización de aceite de oliva desde la Argentina hacía Colombia. Se estudiaran el mercado local argentino y el colombiano. Mediante la recolección de datos se identificará el tipo de aceite de oliva a exportar, se determinará el mercado inicial, el nicho al que se quiere llevar la comercialización; así como, los canales de distribución y estrategia de marketing. Todo lo anterior con el propósito de poder tener una idea más acertada y determinar si es viable la exportación y comercialización de aceite de oliva hacia dicho país.

Los colombianos manteniéndose a la vanguardia en la tendencia mundial de llevar una vida más sana e incluir en su dieta alimentos saludables, han incrementado el consumo de aceite de oliva en los últimos tiempos.

La mayoría del aceite de oliva es proveniente de España quien no solo es la competencia del aceite de oliva argentino, sino el primero productor y exportador a nivel mundial. Para el año 2015 la participación de España en el mercado colombiano fue del 65% mientras que la participación de Argentina fue del 7.4%. Una ventaja con la que cuentan los países productores y exportadores de aceite de oliva es que Colombia no es productora de este tipo de aceite, por lo cual debe importar este bien generando una oportunidad de negocio.

 $^{^1\} http://www.prochile.gob.cl/wp-content/uploads/2012/05/FMP_Colombia_Aceite_Oliva_2016.pdf$

good, generating a business opportunity.



ABSTRACT

This project is done with the purpose to analyze the possibility of export and commercialization of olive oil from Argentina to Colombia. There will be a study from Argentinian and Colombian local markets. By collecting data, different types of olive oil will be identified in order to export. A target market will be determined, where this product wants to be commercialized; as well as, distribution channels and marketing strategic.

All of the above, with the purpose of being able to have a better idea and to determine if it is

viable or not to export and commercialization of olive oil to Colombia.

Colombian people staying at the top with global trending on having a healthier life and including on their diets healthy foods, they have increase olive oil consumption in the recent time. The majority of olive oil comes from Spain which not only is a competitor of Argentinian olive oil, but it is the first producer and exporter in the world. For the year 2015, Spain's participation in the Colombian market was 65% meanwhile, Argentina's participation was 7.4%. An advantage that has producers and exporters countries, is that Colombia does not produce any type of olive oil, as matter fact, they have to import this



INTRODUCCIÓN

El consumo de aceite de oliva se ha incrementado en los últimos tiempos, gracias a los beneficios en la salud de las personas; según el Consejo Oleícola Internacional, el consumo mundial alcanza los 3.137 millones de toneladas²; siendo este el caso en Colombia, quien no es un productor de este bien. De igual manera, el poder adquisitivo de los colombianos ha ido en aumento, por lo que les es más fácil incorporar en la canasta familiar el aceite de oliva que se consideraba como un bien de lujo. Ahora más familias de clase media y media-alta cuentan con la posibilidad de comprar este bien.

Este proyecto se desarrollará mediante la investigación, consulta bibliográfica, recolección de datos y análisis estadísticos que ayuden a plantear el tema del presente trabajo. Una vez determinado, se procederá a formular el objetivo general y los objetivos específicos de la investigación. Con el fin de conocer la procedencia y el producto a exportar se realizará un estudio de mercado local y a su vez un estudio de mercado en el país destino. Este último con el propósito de entender y conocer cómo está organizado, sus índices económicos, su balanza comercial. Además, se identificarán los tipos de aceite de oliva para seleccionar uno, y cualquier requisito técnico que se deba cumplir.

De igual manera, se tomará en cuenta los precios referenciales del mercado y conocer los competidores directos, para sugerir unas estrategias viables de posicionamiento. Se continuará la investigación para determinar el mercado objetivo y el nicho para la comercialización de este bien. Una vez determinado, se especificará la distribución, comercialización del producto y estrategias de promoción.

Con base en la información y datos recolectados se establecerán fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas para tener una idea clara del producto a exportar. De esta manera se pueda aprovechar tanto sus ventajas como posibles desventajas a la hora de la venta del

_

² http://www.colombia.com/actualidad/economia/sdi/60890/aceite-de-oliva-chileno-se-posiciona-en-el-mercado-colombiano

"ANÁLISIS DE NEGOCIOS Y OPORTUNIDADES PARA LA EXPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ACEITE DE OLIVA ARGENTINO HACIA COLOMBIA"



producto y se pueda reaccionar ante varios escenarios que posiblemente se presenten durante la incursión a un nuevo mercado.

Con el conocimiento más amplio del mercado objetivo, se investigarán los requisitos en cuanto a comercio exterior se refiere para tener en claro que solicita el país destino para la importación de este producto. Se tendrán en cuenta temas como clasificación arancelaria, análisis impositivo y aduanero.



METODOLOGÍA DE ELABORACIÓN

Para el presente trabajo, inicialmente se recopilaran datos históricos y estadísticos sobre el consumo de Aceite de Oliva, al igual que información del crecimiento y comportamiento del mercado en Latinoamérica.

Mediante la investigación y recolección de información en fuentes bibliográficas se procederá a hacer un estudio del mercado argentino para conocer su producción de aceite de oliva, además de características del mismo.

Se realizará una profunda investigación para detectar las oportunidades y mejoras que permiten facilitar la exportación de aceite de oliva de Argentina hacia Colombia.

Para estudiar el mercado colombiano, se hará una investigación con el fin de conocer las demandas de la población, oportunidades de negociación y exigencias para la importación del producto en este país. Lo anterior a través de la revisión bibliográfica y recopilación de datos encontrados.

Se analizará el nicho de mercado al que se puede llegar para determinar clientes potenciales mediante encuestas; además de conocer el mercado objetivo para generar una estrategia de promoción.



PLANTEAMINETO DEL TEMA

Tema:

Gracias a los beneficios del aceite de oliva en la salud de las personas, la población mundial ha incrementado el consumo de este producto y Colombia no es la excepción. Es por esto que surge el incentivo de investigar el mercado colombiano para determinar la viabilidad de exportar aceite de oliva desde Argentina hacia Colombia.

Objetivos: general y específicos:

Objetivo General:

Analizar el mercado colombiano para conocer las posibilidades de exportación de aceite de oliva desde Argentina.

Objetivos Específicos:

- Analizar el mercado argentino y la producción de aceite de oliva.
- Estudiar el mercado colombiano en búsqueda de oportunidades y sus exigencias para importar.
- > Determinar el nicho de mercado y exponer la forma de promoción del producto.

Hipótesis:

Colombia como un país muy significativo en el mercado importador de aceite de oliva, cuenta con una alta demanda de consumo de este producto ya que no es productor del mismo. Esto generaría una oportunidad para la exportación y comercialización de aceite de oliva argentino hacia este país.



CRONOGRAMA

Actividad					Mes	ses del	año 2	2017				
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Correcciones del avance del proyecto final de Tesis		X	X									
Revisión bibliográfica del objetivo 1			X									
Redacción del objetivo 1			X									
Revisión bibliográfica del objetivo 2				X								
Redacción del objetivo 2				X								
Revisión bibliográfica del objetivo 3					X							
Redacción del objetivo 3					X							
Conclusión						X						
Revisión Final						X						
Presentación							X					



MARCO TEÓRICO

Según el artículo 535 del Código Alimentario Argentino "se entiende por Aceite de oliva, el obtenido de los frutos de Olea europea".

"Se denominan Aceites de oliva vírgenes a los obtenidos a partir del fruto del olivo exclusivamente por procedimientos mecánicos y técnicos adecuados y purificado solamente por lavado, sedimentación, filtración y/o centrifugación (excluida la extracción por disolventes)

El aceite de oliva posee aspecto limpio y transparente, con olor y sabor característicos, y de color variable desde el verde amarillento al amarillo claro. Según el tipo de varietal, el aceite conserva características propias.³

Mercado Mundial de Aceite de Oliva

Hoy en día en el mundo se consumen más de 3 millones de toneladas de aceite de oliva al año, de las cuales la Unión Europea es el principal productor y consumidor de dicho producto, representando más del 78% del total mundial.

España produce casi la mitad, lo que le sitúa indiscutiblemente como la primera potencia mundial del aceite de oliva. Sin embargo, el aceite de palma sigue siendo el más utilizado con unos 42 millones de toneladas consumidas, seguido del aceite de soja (o soya) con un consumo mundial de más de 37 millones de toneladas. El de girasol también tiene una cuota significativa, con unos 12 millones de toneladas consumidas.⁴

El consumo de este producto dejó de ser exclusivamente de los países del Mediterráneo para expandirse a países de otros hemisferios, debido al cambio en la dieta de las personas, en los hábitos de consumo para llevar una vida sana y en el conocimiento adquirido por las personas en cuanto a los beneficios del aceite de oliva en la salud.

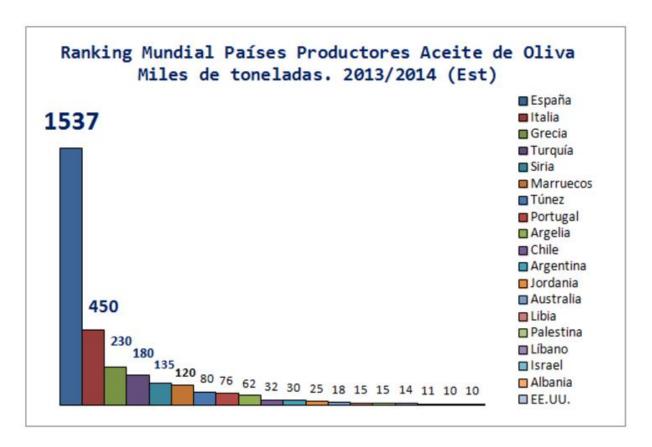
4 https://www.directodelolivar.com/mercado-del-aceite-de-oliva/

_

³ http://bdigital.uncu.edu.ar/objetos_digitales/5618/tesis-cs-ec-rodriguez-daniela.pdf



Para el año 2014 se observa España como principal productor con 1537 mil toneladas, seguido de Italia y en tercer lugar Grecia con 450 mil toneladas y 230 mil toneladas respectivamente. Según el Consejo Oleícola Internacional son 30 países aproximadamente los que comprenden la totalidad de la producción mundial.



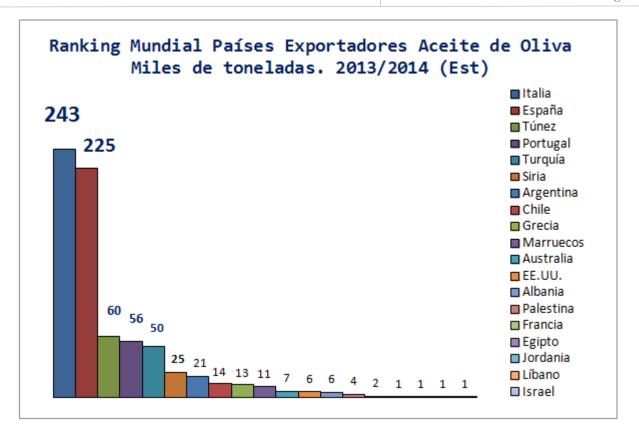
En cuanto a las exportaciones de aceite de oliva por toneladas, Italia se alza en este nuevo contexto con el primer puesto del ranking, gracias a una cifra de 243 mil de aceite de oliva exportado. En segundo lugar, España, con 225 mil toneladas, supera a Túnez, cuya cifra ya es sensiblemente menor; 60 mil toneladas exportadas.

Portugal y Turquía, en la cuarta y quinta plaza, respectivamente, exportan cada uno 56 y 50 mil toneladas de aceite de oliva.

Y con cifras menores a 30 mil toneladas exportadas se encuentran Siria (25), Argentina (21), Chile (14), Grecia (13), Marruecos (11), Australia (7), Estados Unidos y Albania (6), Palestina (4) y Francia (2).⁵

_

⁵ http://www.elcaptor.com/economia/ranking-paises-productores-aceite-de-oliva



Los países con mayor consumo por persona de aceite de oliva son los propios países productores. En este caso, son los griegos los mayores consumidores per capita con un consumo anual de alrededor de 20 litros; mientras que Italia y España, consumen poco más de la mitad por persona por año. Llama la atención el bajo consumo (menos de 2L/persona) en países mediterráneos como Francia o Suiza, donde la reina de las grasas es la mantequilla, y en Alemania o Reino Unido, donde también se consume muy poco aceite de oliva. Por otro lado, China, Japón, Australia o EEUU, están incrementando de forma importante el consumo de éste oro líquido, y ya están llevando a cabo grandes plantaciones de olivares de cultivo súper intensivo (entre 1.000 y 2.000 olivos por hectárea), al menos para tratar de abastecer su demanda interior. En este sentido, llama especialmente la atención el caso de Australia, que es donde más aceite de oliva por persona se consume fuera de la región mediterránea, y uno de los países con una mayor capacidad productora potencial, dado su vasto territorio donde podría adaptarse bien el cultivo del olivar.⁶

⁶ https://www.directodelolivar.com/mercado-del-aceite-de-oliva/



Como se observó, el mercado olivícola ha tenido una gran expansión y un reposicionamiento a nivel mundial. En la Unión Europea se centra la mayor producción, consumo y exportación de aceite de Oliva, ubicándose España e Italia en las primeras posiciones. Otros países fuera de la Unión Europea y del Mediterráneo que han tomado importancia en el mercado han sido Estados Unidos y Brasil por sus altos niveles de importaciones y consumo.

Producción de Aceite de Oliva en Argentina

El origen del aceite de oliva en Argentina se remonta a la colonización española cuando se plantaron los primeros huertos en Arauco, La Rioja. No obstante, no fue hasta finales del siglo XIX cuando estos cultivos empezaron a desarrollarse para cubrir la demanda exigida por los inmigrantes españoles e italianos. La producción oleícola se centra en las zonas cordilleras como lo son Catamarca, La Rioja, San Juan, Mendoza y en algunas zonas de Córdoba y el sur de la Provincia de Buenos Aires.

La producción de aceitunas y aceite de oliva en el país, hacia comienzos de los '90 había una superficie de 29.500 hectáreas destinadas al cultivo de olivares, ubicadas en su mayoría en las provincias de Mendoza, San Juan y Córdoba. Estimada la población en 3 millones de plantas, el rendimiento promedio nacional era de alrededor de 140.000 toneladas de aceitunas, las cuales se utilizaban en iguales cantidades para la elaboración de conservas y de aceite de oliva. El resultado de ello era de unas 50.000 toneladas de aceitunas en salmuera y otras 6.000 a 8.000 toneladas de aceite, de los cuales, era la provincia de Mendoza la mayor productora, con alrededor del 70% de la producción total del aceite.

A partir de la década de los 90s se presentó un crecimiento en la producción de aceite de oliva gracias a las leyes de promoción industrial. Estas leyes eximían el pago del impuesto a las ganancias y del impuesto al valor agregado a las industrias que se establecieran en las provincias de la Rioja, Catamarca, San Luis y San Juan⁸. Adicionalmente, hubo avances en las tecnologías de cultivo, ayudando a mejorar las técnicas de cultivo implementadas en el país,

-

⁷ http://www.internationaloliveoil.org/

⁸ http://www.eltribuno.info/salta/nota/2013-1-3-20-51-0-el-regimen-de-promocion-industrial-termino-con-el-2012



también de componentes vegetales de selección, mejoras en el procesamiento de la aceituna y en el acondicionamiento del aceite resultante.⁹

Como consecuencia de ese proceso de incorporación de tecnología y reactivación, se produjo un notorio aumento en la oferta nacional de aceitunas, lo que se tradujo asimismo en un aumento de más de un 20% en la elaboración de aceite. A raíz de ese proceso expansivo, hacia finales de la década de los '90, Argentina contaba con una superficie de 71.000 hectáreas para cultivo de olivos, habiéndose destinado el 70% a variedades de aceitunas para la producción de aceites y otros propósitos, dejando el 30% restante para la producción de diferentes variedades para elaboración de conservas.

Además de la incorporación tecnológica al sector, se produjo también la introducción de variedades de aceitunas a las nuevas plantaciones designadas a la producción de aceite que cumplen con los requisitos impuestos por los diversos mercados a los que se destinan las producciones argentinas, para lo cual fue necesario importar algunas variedades desde otro países – entre ellos, España, Italia, Israel y Estados Unidos –, cada vez que no se contaba en el país con un desarrollo de las mismas. Ello favoreció la importación de las variedades Arbequina, Frantoio, Leccino y Picual, reconocidas internacionalmente.

Se estima que durante los próximos años se producirá un crecimiento sostenido en la elaboración de aceite de oliva por causa de la progresiva incorporación a áreas productivas de montes no explotados, lo que ha conllevado a un incremento de la capacidad instalada en cada plantación, con establecimientos industriales asentados en zonas productoras de aceitunas, lo que hace que se obtenga un aceite de oliva y conservas de aceitunas de un calidad superior al no necesitar transportar la materia prima hasta polos industriales alejados de dichas zonas. Además, adaptándose la cosecha a los requerimientos y particularidades del establecimiento industrial.

Esto genera ventajas comparativas para el aceite de oliva y las conservas elaborados por los productores nacionales, por los niveles de calidad de dichas producciones antes que por los incrementos en los volúmenes en que se obtienen, mejorando las posibilidades de inserción de

.

http://www.alimentosargentinos.gob.ar/contenido/sectores/foda/ACEITE_DE_OLIVA.pdf



las mismas en mercados internacionales exigentes. En ese sentido, actualmente, Argentina es el principal productor olivarero del Continente Americano, sin perjuicio del hecho de que el sector olivícola ha mostrado niveles cada vez mayores de desarrollo en otros países, principalmente en cuanto a la elaboración de aceite de oliva se refiere – como ocurre, por ejemplo, en Chile.¹⁰

Provincias Productoras¹¹

Catamarca: La producción es esta provincia es de las más recientes, cuenta con una moderna tecnología y modelo de producción primera e industrial. La producción se localiza en las regiones del Valle Central (Capayán y Valle Viejo), el Bolsón de Pipanaco (Pomán) y las zonas de altura (Tinogasta). Alrededor del 80% de las variedades cultivadas son aceiteras, entre las que se destacan Arbequina, Frantoio, Barnea y Coratina. El 20% restante corresponde a las de doble propósito, como Manzanilla y Empeltre.

La Rioja: Principalmente se cosecha en la región de Arauco con el 50%, el resto de la producción se concentra en los alrededores de la capital provincial y en los valles de Chilecito y Famatina.

El 72% de la cosecha se destina a la producción de aceitunas para conserva y el 28% restante se utiliza en la elaboración de aceites de oliva. La principal variedad en toda la provincia es la Arauco, con 70% de la superficie plantada. El 30% restante comprende variedades aceiteras como Arbequina, Manzanilla, Frantoio, Empeltre, Picual, Barnea y Farga.

Mendoza: El olivo es uno de los cultivos más destacados de la provincia. Su importante eslabón industrial elabora conservas y aceites de oliva de reconocida calidad. Las principales zonas de producción se encuentran en las regiones de Maipú, Rivadavia, Junín, San Rafael, San Martín, Lavalle y Guaymallén.

http://www.argentinatradenet.gov.ar/sitio/estrategias/Informe%20Sectorial%20Aceite%20de%20Oliva%20y%20Aceitunas.pdf

¹⁰

¹¹ http://www.mondoliva.com/blog/regiones-olivicolas-argentinas.html



El 59% de las aceitunas producidas se destinan a conservas, con predominio de las variedades Arauco y Manzanilla. El 41% restante se destina a la fabricación de aceites de oliva, principalmente Arbequina, Farga, Empeltre y Frantoio.

San Juan: Posee un 60% de variedades aceiteras como Arbequina, Picual, Frantoio y Empeltre, 22% de aceitunas de mesa de la variedad Changlot Real y 19% de variedades de doble propósito como Arauco y Manzanilla.

Córdoba: La superficie cultivada en esta provincia alcanza las 6000 hectáreas. producen conservas en salmuera y aceites de oliva orgánicos, ya que el 60% de esta cadena de valor en la provincia se encuentra bajo certificación orgánica. Las principales variedades implantadas se reparten entre el 70% destinado a la producción de aceite de oliva (Arbequina y Frantoio) y el 30% destinado a la producción de conservas (Manzanilla, Nevadillo, Arauco, Farga, **Empeltre** Ascolano). y

Buenos Aires: La zona olivícola se encuentra en el sudeste de la provincia, donde la superficie implantada supera las 3.000 hectáreas, con olivos de más de 40 años en el partido de Coronel Dorrego donde se elabora aceite de oliva orgánico certificado. El 80% de dicho aceite se destina a exportación y el resto se comercializa en el mercado interno. La variedad Arbequina es la más abundante, y también hay presencia de Frantoio y Nevadillo.

En los últimos años la producción de aceite de oliva en este país ha sido de 170.000 toneladas.¹²

Producción de Aceitunas (TM)

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013 (*)
ſ	176.000	183.000	169.000	165.000	170.000	175.000	170.000

(*) Estimación - Fuente: FAOSTAT

_

¹² http://www.alimentosargentinos.gob.ar/contenido/sectores/otros/olivicola/informes/2014_10Oct.pdf



El consumo de aceite de oliva a nivel local es muy bajo en comparación al de España; en Argentina una persona por año consume menos de un cuarto de litro en comparación a más de 12 litros por persona en España. Esto se debe a que los argentinos aun prefieren el gusto de otros aceites como es el de girasol. Por otro lado, el consumo del aceite de oliva en los hogares argentinos es como un condimento y muy poco para cocinar. Otra razón por el bajo consumo de este producto en este país se debe a su precio elevado a comparación del resto de los aceites. Sin embargo ha mantenido una tendencia creciente en los últimos años.



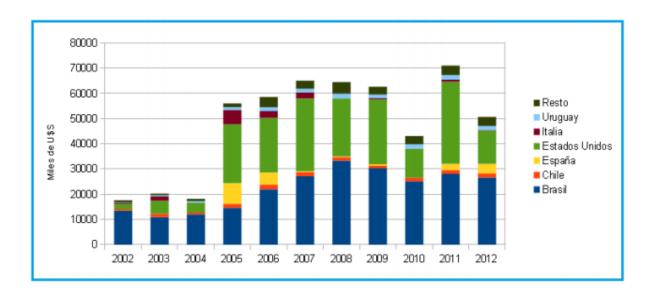
Exportaciones de Argentina al Mundo

Los principales países a los que Argentina exporta son Estados Unidos y Brasil. Igualmente a Uruguay, Colombia, Paraguay, Chile, Ecuador, México, entre otros.¹³

Como se puede observar en la gráfica Brasil y Estados Unidos representan casi el 90% de las exportaciones argentinas de aceite de oliva, ambos constan con mercados dinámicos.

_

¹³ https://comex.indec.gov.ar/search/exports/2016/Y/15091000/C



En el gráfico anterior se puede observar que en promedio en los últimos años, las exportaciones argentinas de aceite fueron de 60 mil USD por año. 5.000 toneladas fueron de aceite embotellado y casi 10.000 fueron a granel.¹⁴

La producción nacional de aceite de oliva cuenta con 2 grandes ventajas respecto a los grandes productores europeos, una de las ventajas es la posibilidad de competir en contra estación, y otra es que tiene ventajas arancelarias con países limítrofes o pertenecientes al Mercosur.

Balanza Comercial

Argentina cuenta con una balanza comercial superavitaria ya que realiza más exportaciones que importaciones.

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Exportaciones	16998	20317	18195	56043	58553	65095	64494	62620	43079	71025	50698
Importaciones	491	1672	5160	2122	875	1526	896	444	318	794	296
Saldo Comercial	16507	18645	13035	53921	57678	63569	63598	62176	42761	70231	50402

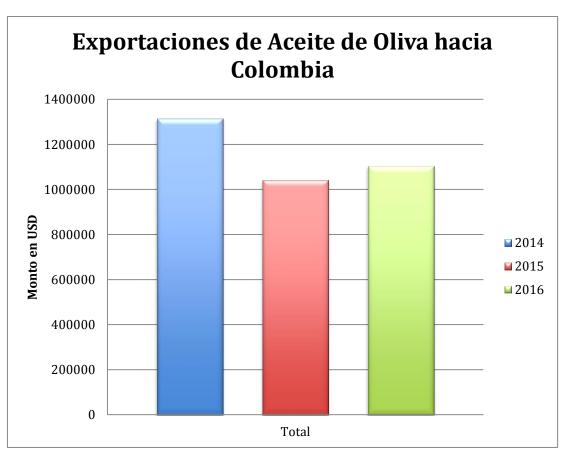
-

¹⁴ http://www.uba.ar/archivos_secyt/image/111%20ACEITE%20DE%20OLIVA.pdf



Exportaciones de Aceite de Oliva hacia Colombia

En el 2015 hubo una disminución considerable en las exportaciones hacia Colombia con respecto al año anterior. Se puede ver el impacto que tuvo el contingente impuesto por el Gobierno colombiano en el año 2014, aplicando cupos para las importaciones de aceite. Para el año 2016 se presentó una leve recuperación.



Fuente: Tarifar

ESTUDIO DE MERCADO

Colombia es un país de renta media, con 49 millones de habitantes. Es la tercera economía en América Latina antecedida por Brasil y México, y procedida por Argentina lo cual la convierte en una de las economías más estables de la región. Ha mantenido un crecimiento constante en los últimos años y con una buena estabilidad económica. Este crecimiento se ha dado gracias a un incremento de empleo y una disminución en los niveles de pobreza; por ende se ha



generado un progreso de la clase media, así mismo, un aumento en el consumo de los hogares gracias a un mejor poder adquisitivo lo cual permite acceder a diferentes tipos de bienes.¹⁵

La cadena productiva de aceites y grasas ocupa el quinto lugar dentro del macro sector agroindustrial colombiano. Se encuentran 51 empresas pertenecientes a esta industria, la mayoría se centra en la extracción con un 65%, seguido de las refinadoras con un 27% y con un 8% los fabricantes de margarinas. Sin embargo, en

los últimos años ha disminuido el número de establecimientos en el sector. ¹⁶ Colombia basa su producción de aceite en el fruto de palma, por lo cual es de suma importancia para la industria de aceites comestibles ya que junto con los aceites importados de crudo de soya y de girasol, son utilizados para elaborar margarinas, mantecas, aceites comestibles y para usos en la industria cosmética como elaboración de jabones, cremas, geles de baño, entre otros.

Al no ser productor de aceite de oliva, este país concentra su producción en aceite de palma y de palmiste, por lo que debe importar este aceite para satisfacer la demanda en el mercado interno.

En los últimos años Colombia ha incrementado la demanda de aceites refinados debido a la perspectiva que tienen actualmente las personas de mantener una vida saludable y balanceada. Asimismo, por las propiedades que tiene el aceite de oliva puesto que cuenta con una gran variedad de beneficios para la salud como: prevenir enfermedades cardiovasculares: ataques al corazón; disminuir las célula cancerosas; reducir el colesterol que hace daño al cuerpo; adicionalmente, goza de efectos antioxidantes y ayuda a prevenir la osteoporosis.¹⁷

Igualmente, la población cuenta con los recursos necesarios para poder comprar este tipo de producto que ahora está a su alcance; antes era considerado como un bien lujo y solo para clases de alto poder adquisitivo. Los colombianos perciben el aceite de oliva como un alimento de buena calidad y sano.

¹⁵ Colombia: la tercera economía de América Latina. Disponible en:

^{11/} http://www.infobae.com/2016/02/26/1792778-cinco-razones-decirle-si-al-aceite-oliva/



El consumo del aceite de oliva se centra en las grandes ciudades ya que en ellas se concentran las clases sociales más altas de Colombia; además, su distribución se realiza exclusivamente en las cadenas de hipermercados, supermercados, y algunas tiendas *delicatessen*.

Perfil de Colombia



- Nombre oficial: República de Colombia
- Capital: Bogotá D.C.
- Superficie: 1'138,910 km2, ocupa el número 26 en el mundo por su extensión y número 4 del continente.
- División política: 32 departamentos
- Límites: Norte: Mar Caribe Oriente: Venezuela y Brasil Sur: Perú y Ecuador Occidente: Océano Pacífico Noroccidente: Panamá.
- Es el único país de Sudamérica que tiene costas en el Océano Pacífico y en el mar Caribe del Océano Atlántico.

"ANÁLISIS DE NEGOCIOS Y OPORTUNIDADES PARA LA EXPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ACEITE DE OLIVA ARGENTINO HACIA COLOMBIA"



- Población: 49.146.476 marzo 2017¹⁸
- Clima: Clima tropical en la costa y llanos orientales; más fresco en las tierras altas en los Andes.
- Moneda: Es el peso colombiano Su abreviación formal es COP, es controlada por el Banco de la República de Colombia.
- Principales ciudades:
 - Bogotá
 - Medellín
 - Cali
 - Barranquilla
 - Cartagena
- > Principales puertos:
 - Buenaventura
 - Cartagena
 - Barranquilla
- ➤ Idioma: Español

Segregación de Población por Edad y Sexo

En el siguiente cuadro se puede apreciar cómo se encuentra la población colombiana segregada por edad y sexo. El promedio de edades donde se encuentra el mayor número de habitantes es de 20 a 24 años, siendo más de la mitad hombres.

. .

¹⁸ Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), Dirección de Censos y Demografía, grupo de proyecciones.

		2016	
Grupos de edad	Total	Hombres	Mujeres
Total	48.747.708	24.069.035	24.678.673
0-4	4.335.151	2.218.206	2.116.945
5-9	4.263.048	2.179.889	2.083.159
10-14	4.265.999	2.179.636	2.086.363
15-19	4.321.654	2.206.054	2.115.600
20-24	4.306.036	2.202.542	2.103.494
25-29	4.022.291	2.045.161	1.977.130
30-34	3.605.504	1.777.536	1.827.968
35-39	3.264.933	1.587.121	1.677.812
40-44	2.909.621	1.402.143	1.507.478
45-49	2.875.587	1.371.868	1.503.719
50-54	2.732.428	1.299.581	1.432.847
55-59	2.302.979	1.086.167	1.216.812
60-64	1.800.884	845.202	955.682
65-69	1.363.781	633.630	730.151
70-74	967.539	439.732	527.807
75-79	700.183	303.690	396.493
80 Y MÁS	710.090	290.877	419.213

Fuente: Dane

Indicadores Económicos¹⁹

- ➤ PIB 2016: 255.088 millones de euros (285.699 USD)²⁰
- ➤ PIB *per Capita* 2016: 5.292 EUR = 5.93 USD
- > Tipo de cambio: 1 USD = \$2886,52 (tasa representativa del mercado) Feb. 2017
- > Tasa de desempleo: 8.9 % (Abril 2017)
- Salario mínimo mensual 2017: \$737.717 (USD 255.57)
- ➤ IPC: 5.75% (Enero Diciembre 2016)

²⁰ http://www.datosmacro.com/pib/colombia

¹⁹ http://www.dane.gov.co/index.php/indicadores-economicos



Según el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) el producto interno bruto para el primera trimestre del 2017 creció un 1.1%, las actividades destacadas fueron agricultura, caza, silvicultura y pesca con 7.7%, establecimientos financieros con 4.4%, servicios sociales, comunales y personales con 2.2% e industria manufacturera con 0.3%.

En cuanto a la explotación de minas y canteras se registró una variación negativa del -9.4%. En este grupo también se encuentras las siguientes actividades: Transporte, almacenamiento y comunicaciones con -0.3%; comercio reparación, restaurantes y hoteles con -0.5%, suministro de electricidad, gas y agua -0.6, construcción con -1.4%.²¹

Es el cuarto país más grande en extensión de la región, es atravesado por la cordillera de los Andes la cual se divide en tres, cordillera Oriental, cordillera Central y cordillera Occidental. Cuenta con una gran variedad de fauna y flora, además de recursos mineros como las esmeraldas, el petróleo y el carbón. Es uno de los principales productores de café y flores a nivel mundial.

Balanza Comercial

De enero hasta marzo del presente año, se registró un déficit en la balanza comercial colombiana de US\$2.169,5 millones FOB y en el mismo periodo de 2016 se registró un déficit de US\$3.523,9 millones FOB. Los mayores déficits se registraron con China (US\$1.634,0 millones), Estados Unidos (US\$627,5 millones) y México con (US\$567,0 millones). El superávit más alto se presentó con Panamá (US\$728,0 millones). ²²

Como se puede observar en la siguiente tabla, la balanza comercial de Argentina con Colombia es superavitaria para este país, realizando más exportaciones a este destino que importaciones.

²¹http://www.portafolio.co/economia/producto-interno-bruto-primer-trimestre-de-2017-506051

²² http://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/comercio-internacional/balanza-comercial



Saldo	Importaciones	Exportaciones	Año
172.349	16.381	188.730	2002
206.777	19.775	226.552	2003
227.071	46.801	273.872	2004
307.608	53.455	361.063	2005
494.919	55.954	550.873	2006
485,433	91,018	576.451	2007
656.274	154.046	810.320	2008
765.579	108.785	874.364	2009
1.152.533	149.975	1.302.508	2010
1.564.456	241.563	1.806.019	2011
1.723.483	355.592	2.079.075	2012
1.095.075	435.395	1.530.470	2013
628.255	232.061	860.316	2014
101.512	115.793	217.305	2015

Fuente: Aladi

Por todo lo expuesto anteriormente, Colombia es un mercado potencial para hacer negocios porque ha desarrollado un alto crecimiento económico en los últimos años, mantiene bajos índices de inflación, estabilidad política y posee un marco legislativo llamativo para inversiones como programas especiales para incentivar las importaciones y exportaciones.

Mercado Objetivo

El aceite es un producto importante en la canasta familiar de los colombianos. Sin embargo, el aceite de oliva ha sido considerado un producto de lujo, lo cual es sustituido por aceite de girasol, aceite de soya o margarinas. En algunos casos, el aceite de oliva no se puede sustituir para varios de sus usos como en las ensaladas, panes, quesos, entre otros; los cuales son usos primordiales y diferenciadores de este aceite, incluyendo sus propiedades nutricionales y sabor.

No obstante, este bien se está comenzado a consumir en los estratos socioeconómicos medios, y a tener un mayor acceso en estas clases. Además, se encuentra aumentando el uso del aceite de oliva para cocinar y tener comidas más saludables.



El consumo de este producto se centra en las regiones de mayor concentración urbana las cuales son las capitales de sus departamentos (provincias) siendo éstas Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla y Bucaramanga. A su vez, en cada ciudad el nicho de mercado se centra en las zonas de mediano/alto poder adquisitivo.

El perfil del consumidor es una persona mayor a 18 años, la cual ya cuenta con ingresos y corresponde a los estratos socioeconómicos 3, 4, 5 y 6 en las principales ciudades de Colombia, con hábitos de mantener una alimentación balanceada y sana. A su vez, estas personas educarán a sus hijos a consumir el producto para tener una dieta sana, lo cual a futuro serán nuevos clientes potenciales.

Por otro lado, el aceite se encuentra en los supermercados y tiendas *delicatessen*, por ende permite su utilización tanto para hogares como restaurantes.

Percepción de la Calidad

Para posicionar el aceite de oliva se debe destacar su calidad; en este caso, es de suma importancia estudiar las motivaciones de compra de los consumidores enfocándose en los atributos de calidad del producto y como éste reacciona ante ellos.

Los consumidores por su parte se basan en sus percepciones para evaluar la calidad y decidir si compran o no un producto. Según Steenkamp las señales pueden ser atributos de experiencia -se basan en el consumo real: frescura, conveniencia, característica sensoriales, entre otros- y de creencia -no pueden ser comprados directamente: contenido nutricional, salud, producción amigable con el medio ambiente y bienestar animal-. Otros autores, como Becker (2000) y Grunert (1997), agregan la categoría de búsqueda -permiten determinar la calidad en el momento de la compra: precio, color, apariencia externa; etc.- (Bernues *et al.*, 2002).²³

Por otro lado, este proceso de selección está influenciado por tres categorías: las propiedades del producto-atributos; las características del individuo; psicológicas, biológicas y sociodemográficas y las variables ambientales; temas económicos, culturales, marketing entre otros.

²³Rodriguez, Elsa. Análisis del perfil de consumidores de aceite de oliva en los mercados internacionales. http://nulan.mdp.edu.ar/2410/1/rodriguez.etal.2015.pdf



Por lo anterior, los consumidores en los últimos tiempos se guían más por la calidad que por su precio ya que se encuentran casi los mismos precios estándar. De esta manera, el aceite de oliva a comercializar debe buscar obtener ventajas en cuanto a diferenciación de los demás aceites.

En Argentina la Secretaria de Agricultura, Ganadería, Pesca, y Alimentos (SAGPyA) implementó el Programa Calidad de Alimentos Argentinos, cuyo objetivo es promover la toma de conciencia por parte de los intervinientes en la cadena agroalimentaria en materia de calidad de los alimentos que producen; fomentando la mejora continua en las cadenas de producción y comercialización; procurando de tal modo una mayor inserción y posicionamiento de productos elaborados en Argentina en los diferentes mercados internacionales. Igualmente, el programa está orientado a controlar los posibles peligros potenciales que se presentan en los diferentes estadios de la cadena agroalimentaria, desde la producción primaria – obtención de la materia prima – hasta el consumo de los alimentos ya industrializados.

Marca "Alimentos Argentinos Una Elección Natural"

Mediante la resolución 392/2005, se crea el sello "ALIMENTOS ARGENTINOS UNA ELECCION NATURAL" y el Premio "ALIMENTOS ARGENTINOS" que identifican los atributos de los alimentos argentinos, distinguiendo asimismo una imagen nacional a través los productos destacados con el sello que se crea, posibilitando de esa manera el posicionamiento de los productos alimenticios industrializados en los mercados, favoreciendo finalmente su colocación y comercialización.²⁴

Está marca fue creada para dar garantía al consumidor que los alimentos argentinos cumplen con los estándares de calidad y los requisitos de mercado.

²⁴http://www.argentinatradenet.gov.ar/sitio/estrategias/Informe%20Sectorial%20Aceite%20de%20Oliva%20y%20 Aceitunas.pdf



Este sello lo otorga SAGPyA a los productos que lo soliciten y cumplan con los estándares establecidos en protocolos específicos para ese producto. Funciona como una contramarca que distingue y acompaña la marca comercial.

Los protocolos definen las características para un producto que lo hacen superior a las de sus competidores. Estas características son las que los mercados consideran relevantes y diferenciadoras, además se relacionan no solo con el producto sino también con el proceso.²⁵ La solicitud es voluntaria y gratuita

Importaciones de Colombia

Las importaciones colombianas presentaron un leve aumento de 0,3% interanual. Los productos agropecuarios, alimentos y bebidas pasaron de importar US\$473,9 millones en enero de 2016 a US\$537,9 millones en enero de 2017. Este comportamiento se generó debido al aumento de importaciones de productos lácteos y huevos de aves con 113,2%, aceites y grasas fijos de origen vegetal, en bruto, refinados o fraccionados con 34,1%, y carne y preparados de carne con 58,6%. ²⁶

El aceite importado por Colombia se encuentra en dos presentaciones a granel o refinado. El aceite a granel es utilizado en las industrias colombianas para ser trabajado, luego ser almacenado y distribuido. La otra forma es el embotellado, el cual arriba a este país listo para su comercialización y consumo.

Principales Importadores de Aceite de Oliva en Colombia

Entre los principales importadores de aceite de oliva en Colombia se encuentran Acegrasas, Aceites y Grasas vegetales, Almacenes Éxito, Casa Ibañez, Invs Libano, José M. Daccarett y Cía, Frigorífico de la costa, Importadora El Trebol, Jumbo, Represents Luchesi, entre otros.

²⁵ http://www.alimentosargentinos.gob.ar/contenido/capacitacion/seminarios/Sem_comer_UE/mercedes_nimo.pdf



Clientes Potenciales

Además de los principales importadores nombrados anteriormente, las siguientes empresas también son clientes potenciales ya que importan aceite de oliva de otros orígenes.

- Club de Vinos Selectos
- Supertiendas y Droguerías Olímpica S.A.
- Carulla vivero S.A.
- ➤ Del Alba S.A.
- Compañía de Levaduras LEVAPAN
- Fedco S.A.
- Lloreda S.A.
- Alkosto S.A.
- ➤ Colanta LTDA
- Makro Supermayorista S.A.
- Mundo Orgánico S.A.
- Alimentos Gourmet SAS
- Restaurantes Gourmet

Competencia

Los principales orígenes del aceite de Oliva que importa Colombia son España, con una participación mercado de 65%, seguido de Chile con 13%, en tercer lugar Italia (12%) y en cuarto lugar Argentina con un 7.4%.²⁷

El líder de este mercado en Colombia es España, las estrategias utilizadas por este país es de posicionar su producto por su calidad. Sin embargo, el competidor directo de aceite argentino es Chile ya que es un país que ha desarrollado su producción y exportación en los últimos años ingresando y posicionándose en nuevos mercados donde Argentina también participa aunque con poca presencia. En el mercado colombiano para el 2015 pasó a ser el segundo proveedor de aceite.

²⁷ http://www.prochile.gob.cl/wp-content/uploads/2012/05/FMP_Colombia_Aceite_Oliva_2016.pdf

Algunas marcas de aceite de Oliva en Colombia

- > Sublime
- Hacienda Guzmán
- Olivetto
- Rómulo
- Carbonel
- Guillénl
- > Jumbo

FODA

Fortalezas

- Aceite de alta calidad.
- Argentina pertenece al Consejo Oleícola Internacional.
- > Cuenta con buena extensión territorial para cultivar el producto en varias provincias.
- > Argentina es líder en producción y exportación en la región.
- > Posicionada la marca país en productos alimenticios.
- Experiencia en exportación del producto

Oportunidades

- Colombia no es productor de aceite de oliva.
- Aumento del consumo de aceite de oliva en el mercado colombiano.
- El aceite se encuentra en un ciclo de vida en crecimiento.
- > Tendencia a consumir alimentos saludables.
- El aceite de oliva se puede utilizar tanto en crudo como para frituras.
- Aumento del poder adquisitivo de las personas.
- Producto con demanda para todo el año.
- Varias rutas para la exportación del producto.
- ➤ El aceite de Oliva argentino cuenta con 0% arancel por acuerdos comerciales.
- Eliminación del contingente por parte del gobierno colombiano para aceites.
- Argentina eliminó los derechos a la exportación.



Debilidades

- Dificultad en tener un precio competitivo con relación a los precios bajos de los aceites europeos.
- > Inestabilidad política en Argentina.
- Cambios constantes en la política económica.
- > Tipo de cambio no competitivo.
- Argentina no posee políticas estables en materia de comercio exterior al largo plazo.
- Dificultades financieras.

Amenazas

- ➤ Disponibilidad de aceites sustitutos.
- ➤ Nuevas restricciones del consumo de aceite por parte de un organismo de salud.
- > Competir con los aceites de oliva españoles e italianos.
- ➤ Aumento de importaciones de aceite chileno por parte de Colombia.

ANÁLISIS PARA SELECCIONAR EL MERCADO META

Con el fin de estudiar la viabilidad de la exportación de aceite de oliva argentino, se evaluaran 3 posibles casos Canadá, México y Colombia. Mediante el *desk research*; una tabla comparativa con la preselección de mercados

Canadá

Por sus extremas condiciones climáticas, Canadá es importador neto del aceite de oliva que consume; aunque sus consumidores no cuentan con la cultura de incorporar a su dieta el aceite por lo tanto el mercado a comparación de su superficie es pequeño.

Los últimos años el mercado ha venido en crecimiento. En el 2015 importó 160.77 millones de dólares canadienses, lo que supone que del 2011 al 2015 las importaciones aumentaron un

"ANÁLISIS DE NEGOCIOS Y OPORTUNIDADES PARA LA EXPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ACEITE DE OLIVA ARGENTINO HACIA COLOMBIA"



44%.²⁸ Italia es el principal exportador de aceite hacia éste país aunque en los últimos años ha pedido parte del mercado por Tunez, España y Estados Unidos. Este producto se encuentra libre de aranceles de importación.

Las principales ciudades donde se consumen el aceite de oliva son Ontario y Quebec. El mercado actualmente, está en crecimiento ya que el consumidor canadiense está conociendo, apreciando más los beneficios del aceite y como tal los productos gourmet.

México

El mercado de aceite de oliva en México ha venido creciendo ya que este país cuenta con poca producción local concentrada en Baja California la cual tiene varias barreras como lo es el clima, la falta de financiamiento, presencia de plagas entre otros, por ende, debe abastecerse mediante las importaciones. El mayor exportador de aceite de oliva a México es España con más de 70% del mercado por su gran prestigio y reconocimiento de los mexicanos.

Desde el 2009 este producto es libre de arancel, no paga iva y se eliminaron las cuotas compensatorias.²⁹

El aceite de oliva es percibido como un producto caro y exclusivo para personas de clase socioeconómica alta y media-alta. Sin embargo, El nicho de mercado está segmentado en cuatro canales tiendas gourmet, supermercados, grandes superficies y hoteles/restaurante.

El 90% del consumo nacional de aceites se centra en los de girasol, soja, nabo y cártamo. A pesar, de que México es grande en territorio, el consumo no está desarrollado en los consumidores, por lo cual es muy pequeño. Sin embargo, el mismo está en crecimiento ya que las personas están cambiando sus hábitos alimenticios y adquiriendo los europeos; además, del interés por la cocina gourmet.

²⁸ El mercado de aceite de Oliva en Canadá. Octubre 2016. ICEX. PDF



Fuente: Estimados basados en Strategic Research Corporation 2001.

El mismo se consume en las ciudades más grandes como Ciudad de México, Guadalajara, Monterrey, Cancún, Puerto Vallarta y Los Cabos. El aceite es comúnmente usado como aderezo o en cocina gourmet.³⁰

La distribución se realiza a través de un distribuidor local o directamente con el importador.

De acuerdo a la comparación hecha a fin de ver varios posibles mercados destinos, como resultado arroja a Colombia se mantiene como mejor opción sobreponiéndose a Canadá y México.

Se cuenta con el beneficio de la ubicación geográfica por su cercanía con Argentina, además este país cuenta con experiencia previa de exportaciones hacia Colombia facilitando el ingreso del aceite al país importador, dejando como desafío el posicionamiento de la marca y el producto.

 $^{^{30}}$ http://www.prochile.gob.cl/wp-content/files_mf/documento_05_09_12165952.pdf



El mercado colombiano es un mercado a explotar ya que se encuentra en pleno nivel de crecimiento por lo que es una gran ventaja y oportunidad para la exportación del aceite. Adicionalmente, cabe destacar que Colombia no es un país productor por ende debe importar todo su consumo interno. Existe muy poco riesgo comercial ya que este país tiene una estabilidad económica sin fluctuaciones drásticas, además de la estabilidad política con la que cuenta.

CRITERIOS DE EVALUACION	CANADÁ	MÉXICO	COLOMBIA			
Mercado Objetivo						
Proximidad geográfica	1	2	3			
Alternativas logísticas disponibles	2	2	3			
Barreras de importación	5	5	5			
Disponibilidad de información	4	4	4			
Valoración "Marca Alimentos Argentinos"	3	3	3			
Estabilidad política/económica	5	3	4			
Cuenta con producción local	3	3	5			
Potencial de Compra						
Tamaño del mercado	3	3	4			
Perspectivas de crecimiento (2 años)	2	3	3			
Experiencias previas (exportaciones Arg)	2	2	3			
Demanda potencial	2	3	4			
Importaciones del aceite de oliva	4	4	4			
Riesgo de las operaciones						
Riesgo comercial	5	3	3			
Riesgo robo de mercadería	5	3	4			
TOTAL	46	43	52			

PRODUCTO

Ficha Técnica

Se denomina "Aceite de Oliva Virgen Extra" al obtenido mediante la trituración del fruto de variedades determinadas de olivo cultivado, sano, tomado en el estado de madurez adecuado y de calidad tal, que sometido a procesos exclusivamente mecánicos, se extraiga un zumo natural.

Los buenos aceites se elaboran con frutos en perfecto estado que se arrancan del árbol de olivo.



Por su parte la denominación del aceite determina el tipo de extracción utilizado, puede ser a presión mecánica en frio o por refinación, este último incluye los procesos térmicos de extracción.

Ingredientes

100% Aceite de Oliva Virgen Extra. No contiene ningún tipo de aditivo alimentario.

Las especificaciones Físicas -Químicas son:

Acidez % Oleico	< 0.8
Índice de Peróxidos mEq O2/kg	< 20
Ceras mg/kg	< 250
Extinción conceíficos	K232 < 250
Extinción específica:	K270 < 0.10
Evaluación organoléptica	> 6.5
Mediana del defecto	= 0
Mediana del atributo frutado	> 0

Información nutricional:

Valor energético	900 Kcal / 3700 KJ
Proteínas	0 grs.
Hidratos de carbono	0 grs.
Grasas 100 grs de los cuales:	
Saturadas	13 grs.
Monoinsaturadas	79 grs.
Poliinsaturadas	8 grs.
Colesterol	0 grs.
Vitamina E	20 mgr.(200% CDR)

El tiempo recomendado para consumir el aceite de oliva es antes de dos años de la fecha de envasado.



Tipos de Aceite de Oliva

El Consejo Oleícola Internacional (COI) establece en su norma comercial las denominaciones y definiciones del aceite de oliva. Lo define como aquél aceite procedente únicamente del fruto del olivo (Olea europea L.). A su vez los clasifica en aceites de oliva vírgenes y aceites de orujo de oliva.

Los Aceites de Oliva están compuestos por una mezcla entre aceites de oliva vírgenes y aceites de oliva refinados aptos para el consumo. Su acidez libre expresada en ácido oleico es como máximo de 1 g por 100 g.

Entre los aceites de Oliva encontramos los siguientes:

Aceite de Oliva Refinado

Es un aceite de oliva que se adquiere por refino de aceites de oliva vírgenes. Su acidez libre expresada en ácido oleico es como máximo de 0,3 g por 100 g.

Aceite de Oliva Virgen

El Aceite de Oliva Virgen requiere de condiciones térmicas adecuadas, donde no se presenten alteraciones en las propiedades del fruto de olivo que es de donde se obtiene el aceite. Los Aceites de Oliva Vírgenes se clasifican y denominan de la siguiente forma:

- Aceite de Oliva Virgen Extra: aceite de oliva virgen cuya acidez libre expresada en ácido oleico es como máximo de 0,8g por 100g.
- Aceite de Oliva Virgen: aceite de oliva virgen cuya acidez libre expresada en ácido oleico es como máximo de 2,0 g por 100 g.
- Aceite de Oliva Virgen Corriente: aceite de oliva virgen cuya acidez libre expresada en ácido oleico es como máximo de 3,3 g por 100 g.



Aceite de Oliva Virgen Lampante

Es un aceite de oliva virgen cuya acidez libre expresada en ácido oleico es superior a 3,3 g por 100 g Se destina al refino con vistas al consumo humano o a usos técnicos.

Proceso de extracción

El proceso de elaboración del aceite de oliva comienza en el momento de la cosecha. El tiempo de madurez óptimo depende de cada variedad, teniendo en cuenta que el mismo afecta a la acidez del producto, como a las propiedades organolépticas (sabor, textura, olor, color), concentración de antioxidantes, etc.

Desde que se inicia la cosecha hasta el envasado, se suceden tres etapas de suma importancia para la conservación de las características de los aceites. La primera va desde la cosecha hasta el ingreso a molienda de la fruta, donde se debe procurar la obtención de frutos sanos en maduración adecuada y ser procesados dentro de las 24 a 48 horas. La segunda etapa es el proceso de extracción, donde se deben cuidar principalmente las temperaturas y tiempos de batido para la mínima alteración de las propiedades física-químicas y preservación de las características organolépticas del aceite. La última etapa tiene que ver con la decantación y filtrado con el fin de eliminar los restos de agua y sólidos, que favorecen la alteración del aceite. Las características de un aceite dependen tanto de su composición química como de las condiciones de almacenamiento (Uceda & Hermoso, 1998). A partir de la conformación de blends o cortes, se pueden obtener producto diferenciados en su calidad, alcanzando los estándares requeridos por los mercados más exigentes, de mejores características químicas y sensoriales, a la vez de mayor estabilidad a la conservación. ³¹

El primer paso consta de la recolección de las aceitunas, en forma manual o mecánica. Los sistemas manuales más comunes son el ordeñe, donde el operario corta las aceitunas con la mano o cuchillo y las guarda en sacos o mochilas; el rastrillo, en el cual las ramas son "peinadas" con rastrillos y las aceitunas caen sobre una red recolectora que cubre el suelo y el vareo, que consiste en golpear las ramas con varas desde el suelo, método no muy

_

³¹ http://inta.gob.ar/documentos/proceso-de-extraccion-de-aceite-de-oliva

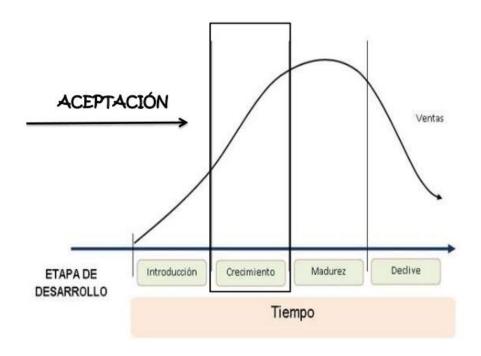


conveniente. La cosecha mecánica consiste en ejercer un movimiento vibratorio a las ramas, y de este modo se desprenden las aceitunas de las ramas.³²

Se extrae utilizando métodos físicos, sin el agregado de productos químicos, por lo que se trata de un verdadero zumo de fruta. Los sistemas de extracción de aceite tradicionales realizaban el proceso cumpliendo tres etapas: molienda, prensado y decantación. En la actualidad con la utilización de nueva tecnología, después de la molienda se realiza un batido de la pasta con el fin de homogeneizar e iniciar una primera separación del aceite y una centrifugación (decanter) con el fin de separar la fase sólida de la líquida. Por último se realiza una segunda centrifugación para separar en la fase líquida, el agua del aceite.

Ciclo de vida del producto

Actualmente el aceite de oliva en Colombia se encuentra en el ciclo de vida de crecimiento ya que el producto ha tenido aceptación por parte del mercado. Las ventas han aumentado, han ingresado nuevos competidores a este mercado. Las empresas se dedican a persuadir a los consumidores para lograr la referencia y posicionamiento de su marca. Por su parte la distribución pasa de ser selectiva a intensiva.



 $^{^{32}\} http://www.uba.ar/archivos_secyt/image/111\%20ACEITE\%20DE\%20OLIVA.pdf$

_



Requisitos Técnicos

Rotulo y Etiqueta

En Colombia existen ciertas regulaciones para el embalaje, empaque y rotulación de la mercadería a ser importada. Según la regulación 5109 del 2005³³ para el caso los productos comestibles se requiere indicar en el rótulo:

- Nombre del alimento: El nombre deberá indicar la verdadera naturaleza del alimento, normalmente deberá ser específico no genérico.
- Lista de ingredientes: deben figurar al menos que se trate de alimentos de un solo ingredientes. Se deben enunciar los ingredientes por orden decreciente de peso inicial en el momento de la fabricación del alimento.
- ➤ Contenido neto y peso escurrido: El contenido neto debe declararse en unidades del sistema métrico. Dentro del contenido neto se debe estipular volumen, para alimentos líquidos. Peso, para alimentos sólidos.
- Nombre y dirección: Razón social y dirección del fabricante, envasador o reempacador del alimento según sea el caso, precedido por la expresión "FABRICADO o ENVASADO POR". En los productos importados deberá precisarse además de lo anterior el nombre o razón social y la dirección del importador del alimento.
- ➤ Identificación del Lote: Cada envase debe llevar grabada o marcada una indicación en clave o en lenguaje claro (numérico, alfanumérico, ranurados, barras, perforaciones, etc.) que permita identificar la fecha de producción o de fabricación, fecha de vencimiento, fecha de duración mínima, fábrica productora y el lote.
- Marcado de la fecha e instrucciones para la conservación: Cada envase debe llevar grabada o marcada en forma visible, legible e indeleble la fecha de vencimiento y/o la fecha de duración mínima. No se permite la declaración de la fecha de vencimiento y/o de duración mínima, mediante el uso de un adhesivo o sticker.
- Registro sanitario: Los alimentos que requieran registro sanitario de acuerdo con lo establecido en el artículo 41 del Decreto 3075 de 1997 o las normas que lo modifiquen,

³³

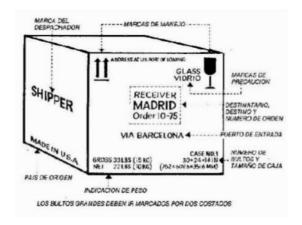


sustituyan o adicionen, deberán contener en el rótulo el número del Registro Sanitario expedido por la autoridad sanitaria competente.



El marcado ha venido tomando cada vez más importancia a fin de luchas contra las violaciones y fraudes. Existen 3 tipos de marcado en el transporte de mercaderías

- Marca estándar o de expedición: Contienen información sobre el importador, destino, dirección, número de referencia, número de unidades, etc.
- Marcas informativas: Es la información adicional que aparece en el empaque o embalaje, por ejemplo: País de origen, puerto de salida, puerto de entrada, peso bruto, peso neto, dimensiones de la caja, etc.
- Marcas de manipulación: Es la información sobre el manejo que se le debe dar a la carga al momento de su manipulación o transporte, en este caso se utilizan símbolos pictóricos internacionalmente aceptados.





Envase

Según el Consejo Oleícola Internacional en cuanto al envasado el aceite de oliva debe seguir las siguientes regulaciones:

El contenido de los envases no debe ser inferior al 90% de toda la capacidad del envase. La



función del envase es de preservar, conservar, promocionar y diferenciar las propiedades del aceite a fin de no alterar sus propiedades. Los envases deben ser opacos o mantenerlos en espacios oscuros, bien cerrados ya que no debe entrar aire, deben conservarse en lugares secos y frescos donde no este expuesto a altas temperaturas. Además debe ser de fácil apertura, cierre y manejo para los consumidores.

Los envases que se son aptos para mantener el aceite de oliva en buenas condiciones son el vidrio opaco o transparente, latas y tetra brik, pet y polipropileno. En el caso de este último el aceite debe ser consumido lo más pronto posible puesto que son los que están más afectados por la luz y el aire. Después, los envases son guardados en cajas de cartón donde no les de la luz ni el calor para luego ser transportados.

Empaque

Los empaques tienen como función de conservas las propiedades del producto durante la vida del mismo. A su vez, protege de alteraciones por la acción de agentes externos, promueve la venta y facilita su uso, almacenamiento, distribución y manejo.



Embalaje

El embalaje protege las características de la carga y preserva la calidad del producto que contiene. Además, facilita el manipuleo de la carga, su almacenamiento, unitarización, distribución y el transporte manteniéndolo en las mejores condiciones.

En las etiquetas debe aparecer claramente la categoría del aceite de oliva, en este caso "aceite de oliva extra virgen".





Para la exportación de aceite de oliva se usará como envase la botella de vidrio opaco de 500 ml. Luego se agruparan de a 12 botellas para ser empacadas en cajas con rejillas y finalmente ser embaladas en pallets.³⁴

PRECIO

Precios Referenciales

A continuación se muestran precios de referencia de diferentes marcas de aceite de oliva que se encuentran en algunos supermercados colombianos como lo es Éxito, Carulla, Olímpica, La 14, Jumbo y Alkosto. El tipo de cambio utilizado es: 1 USD = 2886,52 COP.

ORIGEN	MARCA	CAPACIDAD	ENVASE	PRECIO EN PESOS	PRECIO EN USD
ESPAÑA	POMO	250 ML	VIDRIO	11670	4,04
ESPAÑA	HACIENDA GUZMAN	2000 ML	PLASTICO	39900	13,82
ESPAÑA	HACIENDA GUZMAN	500 ML	PLASTICO	12750	4,42
ESPAÑA	HACIENDA GUZMAN	750 ML	VIDRIO	22900	7,93
ESPAÑA	SUBLIME	250 ML	PLASTICO	12490	4,33
ESPAÑA	SUBLIME	500 ML	VIDRIO	21900	7,59
ESPAÑA	SUBLIME	500 ML	LATA	19900	6,89
ESPAÑA	CARBONELL	500 ML	PLASTICO	23900	8,28
ESPAÑA	TAEQ	500 ML	VIDRIO	12310	4,26
ARGENTINA	D'AGUIRRE	500 ML	PLASTICO	9900	3,43
ARGENTINA	D'AGUIRRE	1000 ML	PLASTICO	17950	6,22
ITALIA	OLIVETTO	250 ML	PLASTICO	18800	6,51
ITALIA	OLIVETTO	500 ML	PLASTICO	29800	10,32
ITALIA	OLIVETTO	1000 ML	PLASTICO	48350	16,75
ESPAÑA	BORGES	500 ML	PLASTICO	28800	9,98
ITALIA	BUCATTI	500 ML	PLASTICO	24700	8,56
ESPAÑA	ÉXITO	500 ML	VIDRIO	11810	4,09
ESPAÑA	ÉXITO	1000 ML	PLASTICO	25500	8,83
ESPAÑA	ANDALUZ	1000 ML	PLASTICO	25700	8,90
ESPAÑA	ARO	1000 ML	PLASTICO	20900	7,24
ARGENTINA	JBO	500 ML	VIDRIO	11990	4,15
CHILE	AURA	500 ML	VIDRIO	21990	7,62
ESPAÑA	YBARRA	1000 ML	PLASTICO	12070	4,18

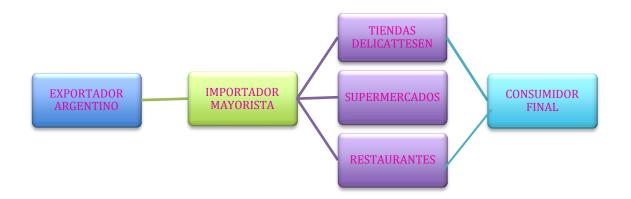
³⁴ Cámara de Comercio de Bogotá. Etiqueta, Envase, Empaque y Embalaje



COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN

En Colombia se utiliza mucho la figura de un importador mayorista por lo cual el exportador vende sus productos a un distribuidor y este es el encargado de comercializarlos contando con sus propios clientes facilitando el ingreso a dicho mercado.

Además, con la tendencia tecnológica, actualmente se puede comercializar el producto mediante internet. El consumidor interesado en adquirir el producto, puede ingresar a un portal e-commerce pueda comprar los productos de forma totalmente online y así poder recibir el aceite de oliva en la dirección que éste estipule.



PROMOCIÓN

Con el objetivo de dar a conocer y posicionar la marca del producto, se debería destacar la calidad del aceite argentino debido a que el aceite de oliva del mediterráneo lleva muchos años de posicionamiento en el mercado, mientras que el aceite argentino es relativamente nuevo. Para ello, se aconseja tener presencia en eventos relacionados con el mercado y el target, donde se pueda presentar el portafolio de productos. Cabe destacar que este tipo de eventos es un buen inicio para ir generando poco a poco relaciones y tráfico a los distintos canales donde la marca y producto tendrían presencia.

Por lo anterior, se debe contemplar participar en ferias internacionales como lo es Alimentec en Colombia, siendo ésta la más importante del país. Igualmente, participación en misiones comerciales para tener una mayor aceptación y conocimiento del aceite de oliva en dicho país.



Otra recomendación sería trabajar junto con exportadores de vino argentino, para combinar la presentación de los dos productos mediante salas de degustación y hacer la venta conjunta de los dos bienes.

En cuanto al lanzamiento del producto y marca, es importante la activación en los principales comercios donde el mismo va a ser vendido, los clientes podrían disfrutar de muestras a través de degustaciones acompañados con una tabla de jamones y ensaladas, en donde conozcan el producto y la calidad. Para los usuarios que prueben el aceite, una opción es entregarles un bono de 10% de descuento en la compra del producto en el establecimiento donde se generó la adquisición. A nivel restaurantes, también se puede implementar la opción de proveer muestras del producto y degustaciones para su introducción.

Por otro lado, la táctica de promoción conocida como ventas cruzadas se puede llevar a cabo para promover la compra del grupo objetivo. Este tipo de ventas se puede hacer mediante la creación de combos de productos que se relacionan con el aceite de oliva, tales como picadas (fiambres, jamones), ensaladas, panes, entre otros.

Adicionalmente, implementar un plan de marketing digital con el objetivo de posicionar el producto en este mercado por internet. Si bien hay importaciones desde Argentina, no es un número significativo generando una oportunidad de negocio.

Estrategia de Comunicación Digital

Una estrategia de marketing digital es usada no sólo para posicionar el aceite de oliva en el mercado, sino también para atraer nuevos clientes y retenerlos.

Diseño Web y Posicionamiento SEO

Para implementar una estrategia de comunicación digital y las técnicas que esta supone, es indispensable tener un sitio web profesional con funcionalidad e-commerce. Por ello se debe hacer el desarrollo de la página web corporativa en donde se concentrara el tráfico proveniente de todos los canales digitales incluyendo redes sociales.



Publicidad Online

Como parte de la estrategia digital es indispensable pautas publicitarias con las principales herramientas de posicionamiento SEM (*Search Engine Marketing*), con esto se lograría posicionar la marca en los principales resultados cuando los clientes potenciales realicen búsquedas con palabras claves como: aceite de oliva, aceite, oliva, entre otras.

Las herramientas a contemplar para el posicionamiento SEM, son principalmente Google Adwords, Bing Ads y Facebook Ads.

E-mail Marketing

Consiste en envíos periódicos a una base de datos debidamente seleccionada, de personas que se encuentran dentro del grupo de interés. Estos envíos tendrán contenido relacionado al aceite, promociones y lanzamiento de nuevos productos. Para esta técnica se puede utilizar como proveedor de envíos la plataforma mailchimp la cual es la herramienta número uno en email marketing a nivel mundial.

Social Media

Tener participación en las principales redes sociales donde el target tiene presencia, la gestión de estas se encarga un community manager especialista en crear y mantener comunidades online. Las acciones puntuales que a tener en cuenta en cada una son:

En Facebook tener una fanpage del producto en donde se publique el contenido relevante del mismo. Se pueden impulsar concursos, debates, recetas y eventos con el objetivo de mantener y lograr un interés por parte del grupo objetivo.

Como se nombró anteriormente en publicidad online, en esta red se puede usar su modelo de anuncios. Estos anuncios se muestran al target ya que Facebook ads da la oportunidad de segmentar por varias categorías.



En Twitter, publicar tweets periódicamente con la información sobre el producto como sus beneficios, propiedades, recetas e información de interés para el nicho de mercado seleccionado.

En Pinterest publicar imágenes con infografías de recetas para impulsar la marca.

En Instagram publicar imágenes con infografías de recetas para impulsar la marca.

Comercio Exterior

Clasificación Arancelaria

SECCIÓN III	GRASAS Y ACEITES ANIMALES O VEGETALES; PRODUCTOS DE SU DESDOBLAMIENTO; GRASAS ALIMENTICIAS ELABORADAS; CERAS DE ORIGEN ANIMAL O VEGETAL.
Capítulo 15	Grasas y aceites animales o vegetales; productos de su desdoblamiento; grasas alimenticias elaboradas; ceras de origen animal o vegetal.
1509	Aceite de Oliva y sus fracciones, incluso refinado, pero sin modificar químicamente
1509.10.00	Virgen
1509.10.00.100C	En envases inmediatos de contenido neto inferior o igual a 5 L

Análisis impositivo y aduanero

Los siguientes tributos son los que se deben pagar para la importación general de aceite de oliva extra virgen en Colombia.

> Gravamen Arancelario: 15%

➤ Impuesto del Valor Agregado: 16 %



Específicamente Argentina al tener el acuerdo del Mercosur con Colombia permite la entrada del aceite de oliva con un arancel del 0%.

Gravámenes por acuerdos internacionales para importaciones – 1509100000					Certar ventana		
Acuerdo	País	Concepto	Gravamen	Indice	Tasa PID	Desde	Hasta
001-Acuerdo de Cartagena	BOLIVIA	GRAVAMEN ARANCELARIO	0.00 %	0.00 %		01-ene-2007	
001-Acuerdo de Cartagena	ECUADOR	GRAVAMEN ARANCELARIO	0.00 %	0.00 %		01-ene-2007	
001-Acuerdo de Cartagena	PERU	GRAVAMEN ARANCELARIO	0.00 %	0.00 %		01-feb-2008	1000
011-Argentina con cód 011 (MERCOSUR)	ARGENTINA	GRAVAMEN ARANCELARIO	0.00 %	0.00 %		01-ene-2012	,
014-Brasil con Código 014 (MERCOSUR)	BRASIL	GRAVAMEN ARANCELARIO	0.00 %	0.00 %		01-ene-2012	100.0

Fuente: Dian

En cuanto a la exportación desde Argentina, se cancelaron los derechos a la exportación.

Reintegros: 4%

Derechos de Exportación: 0%

PLAN DE EXPORTACION

Requisitos para la Exportación en Argentina

Para realizar una exportación se debe estar inscripto en el Registro de Exportadores e Importadores de la República Argentina, este trámite es por única vez Al momento de querer realizar una exportación se debe tener en cuenta la siguiente información básica.³⁵

Requisitos para la Importación en Colombia

Para la importación del aceite de oliva, a partir del el decreto 3075 de 1997 Colombia solicita el trámite del registro Sanitario por parte del Instituto para la Vigilancia de Medicamentos y Alimentos (INVIMA).

-

 $^{^{35}\} http://www.argentinatradenet.gov.ar/sitio/datos/Apoyo/hr_export.pdf$



Documentos

- Contrato compra y venta internacional
- > Factura Comercial
- ➤ Lista de empaque
- > Conocimiento de embarque
- Declaración de importación
- > Certificado de origen Mercosur

- Registro Sanitario por la entidad INVIMA (Instituto de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos)
- Visto Bueno: Trámite para cuando se importan productos para el sector gastronómico o al por mayor.

Nacionalización

Se debe contratar una agencia de aduanas para personas naturales y jurídicas, cuando el valor FOB de la importación supera los USD 1000.

A través de la declaración de importación se hace la liquidación de tributos aduaneros a cancelar, estos se pagan ante los intermediarios cambiarios.

Una vez cancelados los tributos, se puede proceder a retirar la mercadería del depósito y presentar los documentos previamente enunciados, los mismos deben conservase por un periodo mínimo de 5 años.

El sistema informático aduanero colombiano estipula si se puede retirar la mercadería automáticamente o si debe ser verificada físicamente. En el primer caso, se puede retirar la mercadería una vez se tenga la autorización del depósito o el funcionario aduanero. Para el segundo caso, debe ser primero inspeccionado por un funcionario de la DIAN (Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales) quien verificara la mercadería contra lo declarado en los documentos.

En puerto ser verifica la fecha de vencimiento y el lote para los aceites refinados o listos para consumo.

"ANÁLISIS DE NEGOCIOS Y OPORTUNIDADES PARA LA EXPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ACEITE DE OLIVA ARGENTINO HACIA COLOMBIA"

Universidad de Buenos Aires Facultad de Ciencias Económicas Escuela de Estudios de Posgrado

Logística Internacional

Alrededor del 96% de la carga internacional en Colombia se moviliza por vía marítima. Los

principales puertos por el Caribe son Cartagena, Barranquilla y Santa Marta. En la zona del

Pacífico encontramos Buenaventura.

El modo de transporte que se sugiere utilizar es multimodal, en camión desde el productor

hasta Mendoza para hacer aduana en Puerto Seco, cruzando por el paso internacional Cristo

Redentor hasta el puerto en San Antonio - Chile, allí se embarca el contenedor hacia el destino

final Buenaventura.

Debido a que la producción de aceite de oliva se concentra en las provincias de la cordillera,

es recomendable salir por los puertos Chilenos gracias a su cercanía, de esta manera optimizar

costos.

EJEMPLO:

Termino de negociación: FOB (Mendoza)

1x20' STD- Bimestral

Cantidad de pallets: 8 (NIMF 15)

Cantidad de cajas: 640

Cantidad de botellas x caja: 12x500 ml

Total botellas: 7680

53



Determinación Precio CIF para la Exportación

IMPORTADOR					
Detalle	Valor USD	Comentarios			
Valor FOB	11.006,06	-			
Flete	1.250,00	-			
Seguro	122,56	-			
CIF	12.378,62	-			
Gravamen Arancelario	0,00	15% (No aplica - Convenio Mercosur)			
Base Imponible IVA	12.378,62	-			
IVA	1.980,58	16%			
Sub Total	14.359,20				
Comisión ad valorem	37,14				
Total de impuestos a pagar por la importación	14.396,34				
Gastos Locales en Destino	241,00	Buenaventura			
Tramites y formularios	60,00				
Otros gastos	100,00				
Inland	1.073,96	Bun - Bog			
Seguro Interno	150,00				
Depósito	1.039,31	Bogotá			
Comercialización	1.385,75				
Total a pagar por la importación	18.446,36				

	Costo FOB/UNITARIO	1 20
- 1	OOSIO I OB/ONITANIO	1,20



CONCLUSIONES

- Argentina posee una gran capacidad de producción de olivo y obtención de aceite de calidad gracias a su clima, tierra, agua y tecnología, sin tener problemas de abastecimiento para el país a exportar, en este caso Colombia.
- ➤ El aceite de oliva argentino debe tener una alta calidad para mejorar su competitividad y posicionamiento frente a los aceites de la competencia.
- Colombia es un mercado potencial para hacer negocios porque ha desarrollado un alto crecimiento económico en los últimos años, mantiene bajos índices de inflación, estabilidad política y posee un marco legislativo llamativo para inversiones como programas especiales para incentivar las importaciones.
- Las nuevas tendencias de salud y alimentación, han provocado un cambio en las expectativas para el sector del aceite de oliva en Colombia.
- El aumento en el poder adquisitivo de los colombianos, ha hecho que el aceite de oliva deje poco a poco de percibirse como un bien exclusivo. Además, de adquirir conocimiento en cuanto a sus propiedades benéficas para la salud.
- Colombia no cuenta con restricciones para la importación de aceite argentino, por lo que para el país exportador es un gran beneficio y fácil entrada a éste mercado.



REFERENCIAS BIBILOGRAFICAS

- "Aceite de Oliva Chileno, se Posiciona en el Mercado Colombiano". Abril, 2013.
 http://www.colombia.com/actualidad/economia/sdi/60890/aceite-de-oliva-chileno-se-posiciona-en-el-mercado-colombiano
- "Análisis FODA de las Exportaciones de Aceite de Oliva".
 http://www.alimentosargentinos.gob.ar/contenido/sectores/foda/ACEITE_DE_OLIVA.
 pdf
- Besterra, Miquel. "Oportunidades de Negocio en Colombia".
 http://www.cambratgn.com/colombia1.pdf
- Colombia: la tercera economía de América Latina. Disponible en: http://www.inviertaencolombia.com.co/noticias/814-colombia-la-tercera-economia-de-america-latina.html
- Degano, Demarco, Núñez y Salleras. "Análisis de Ramas Productivas Aceite de Oliva".
 - http://www.uba.ar/archivos_secyt/image/111%20ACEITE%20DE%20OLIVA.pdf
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística. http://www.dane.gov.co/
- "Informe Sector Alimentos Industrializados. Aceite de Olivas y Aceitunas". 2010.
 http://www.argentinatradenet.gov.ar/sitio/estrategias/Informe%20Sectorial%20Aceite
 %20de%20Oliva%20y%20Aceitunas.pdf
- El mercado de aceite de Oliva en Canadá. Octubre 2016. ICEX. PDF
- Fundación ExportAr News. https://es.slideshare.net/FExportar/revista-de-la-fundacin-exportar-5
- ICEX. "El Mercado del Aceite de Oliva en México". Mayo, 2008.
 http://www.infaoliva.com/documentos/documentos/EL%20MERCADO%20DE%20A
 CEITE%20DE%20OLIVA%20EN%20MEXICO.pdf
- Infobae. "Cinco Razones para Decirle "Sí" al Aceite de Oliva". Febrero 2016. http://www.infobae.com/2016/02/26/1792778-cinco-razones-decirle-si-al-aceite-oliva/
- Instituto Nacional de Estadística y Censo. http://www.indec.gob.ar/index.asp
- International Olive Council. http://www.internationaloliveoil.org/



- Manzano, Rubén. "Plan de Marketing Industria: Aceitunas y Aceite de Oliva". Junio 2011. http://aceitunasargentinas.blogspot.com.ar/2011/06/plan-de-marketing-industria-aceitunas-y.html
- "Mercado de Aceite de Oliva en 2017". https://www.directodelolivar.com/mercado-del-aceite-de-oliva/
- Molina, Sandra. "Proceso de Extracción del Aceite de Oliva".
 http://inta.gob.ar/documentos/proceso-de-extraccion-de-aceite-de-oliva
- Moreno, Julio. "El Régimen de Promoción Industrial Terminó con el 2012". Enero,
 2013. http://www.eltribuno.info/salta/nota/2013-1-3-20-51-0-el-regimen-de-promocion-industrial-termino-con-el-2012
- Portafolio. http://www.portafolio.co
- ProChile. "Mercado de Aceite de Oliva Virgen en Colombia". Julio, 2016.
 http://www.prochile.gob.cl/wp-content/uploads/2012/05/FMP_Colombia_Aceite_Oliva_2016.pdf
- ProChile. "Estudio de Mercado Aceite de Oliva en México". Marzo, 2012.
 http://www.prochile.gob.cl/wp-content/files_mf/documento_05_09_12165952.pdf
- Revista Alimentos, "Aceites y Grasas el Quinto Sector". Junio, 2005.
 http://revistaialimentos.com.co/ediciones/edicion6/sector-destacado-aceites-y/aceites-y-grasas-el-quinto-sector.htm
- Rodríguez, Daniela. "Plan de Marketing para una Nueva Marca en el Mercado del Aceite de Oliva. 2012. http://bdigital.uncu.edu.ar/objetos_digitales/5618/tesis-cs-ec-rodriguez-daniela.pdf
- Rodríguez, Elsa. Análisis del perfil de consumidores de aceite de oliva en los mercados internacionales. http://nulan.mdp.edu.ar/2410/1/rodriguez.etal.2015.pdf
- "Sello de Calidad. Alimentos Argentinos una elección Natural."

 http://www.alimentosargentinos.gob.ar/contenido/capacitacion/seminarios/Sem_comer_ue/

 _UE/mercedes_nimo.pdf
- Steiner, Mariano. "Análisis de Consumo de Aceite de Oliva en Argentina". http://www.despachantesargentinos.com/detalle noticia.php?id=9321