



PRO ECUADOR

INSTITUTO DE PROMOCIÓN DE
EXPORTACIONES E INVERSIONES

CONCENTRADOS Y PULPA DE FRUTAS EN BRASIL

Parte 1: Información de Mercado



PRO ECUADOR
INSTITUTO DE PROMOCIÓN DE
EXPORTACIONES E INVERSIONES



INFORMACIÓN DEL MERCADO

EL MERCADO

Producción local de concentrado y pulpa de frutas

- En Brasil el flujo de comercio para los productos incluidos en la partida 2009 (jugos de frutas u otros frutos -incluido el mosto de uva- o de hortalizas, sin fermentar y sin adición de alcohol, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante) para el año 2014 representó aproximadamente USD 2,189 millones, reflejados en 2,038 millones de toneladas comercializadas.
- Por su lado, en el 2014, el flujo comercial para los productos de la partida 0811 (frutas y otros frutos, sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante) fue de aproximadamente USD 38 millones representando más de 17 mil toneladas comercializadas.



Ministerio de
Comercio Exterior



PRO ECUADOR
INSTITUTO DE PROMOCIÓN DE
EXPORTACIONES E INVERSIONES

INFORMACIÓN DEL MERCADO

EL MERCADO

Producción local de concentrado y pulpa de frutas

- Brasil es productor neto de jugo de naranja. No obstante, existe una amplia cantidad de empresas procesadoras de otras frutas que comercian productos industrializados en base a materia prima nacional e importada, lo cual hace de este país un atractivo mercado para las exportaciones de Ecuador.
- Según datos del Instituto Brasileño de Frutas – IBRAF, existen en el país alrededor de 81 industrias elaboradoras de pulpa, que trabajan con 78 productos. Cincuenta y dos trabajan con piña, seis con banano, 50 con mango y 48 con maracuyá. La mayoría de las empresas trabajan con piña, mango y maracuyá.
- La transformación en pulpa domina el tipo de producción (73%), seguido por el jugo (19%) y fruta congelada (2%). Los estados de Sao Paulo (26%), Pará (25%) Bahía (10%) Espírito Santo (5%) y Minas Gerais (5%) acogen el 70% de las industrias. Las industrias están en 19 estados brasileños.



Ministerio de
Comercio Exterior



PRO ECUADOR
INSTITUTO DE PROMOCIÓN DE
EXPORTACIONES E INVERSIONES

INFORMACIÓN DEL MERCADO

EL MERCADO

Consumo Per Cápita de concentrado y pulpa de frutas

- Entre 2002 y 2009, el volumen consumido de jugo concentrado aumentó de 1,518 a 1,640 millones de litros, una variación del consumo per cápita de 8.61 a 8.57 litros por habitante.
- El volumen consumido de jugos y néctares creció un 159% - de 179 a 464 millones de litros - una variación del consumo per cápita de 1.02 a 2.42 litros por habitante.
- El consumo de jugo concentrado creció 8%. Los jugos concentrados mas consumidos son: naranja (19%), maracuyá (16%), marañón (15%) y uvas (15%).



Ministerio de
Comercio Exterior



PRO ECUADOR
INSTITUTO DE PROMOCIÓN DE
EXPORTACIONES E INVERSIONES

INFORMACIÓN DEL MERCADO

EL MERCADO

Formas de consumo del producto

- Entre consumidores y comerciantes, existe la confusión sobre las denominaciones de los diferentes tipos de preparación: pulpa, jugo, jugo integral, jugo tropical, néctar, refresco, jugo concentrado.
- El Decreto N ° 2.314 del 4 de septiembre de 1997, que regula a la Ley No. 8.918, del 14 de julio 1994, que dispone la estandarización, la clasificación, el registro, la inspección, la producción y la fiscalización de bebidas, establece que:
- Pulpa de fruta es el producto no fermentado, no concentrado, obtenido de frutas, por procesos tecnológicos adecuados con contenido de sólidos en suspensión mínimo, que se establecerá en el acto administrativo del Ministerio de Agricultura y Abastecimiento de Brasil.



Ministerio de
Comercio Exterior



PRO ECUADOR
INSTITUTO DE PROMOCIÓN DE
EXPORTACIONES E INVERSIONES

INFORMACIÓN DEL MERCADO

EL MERCADO

Formas de consumo del producto

- Néctar es la bebida no fermentada, obtenida de la dilución en agua potable de la parte comestible del vegetal y azúcares o de extractos vegetales y azúcares, pudiendo ser adicionada de ácidos, y destinada al consumo directo. No es permitida la asociación de azúcares y edulcorantes hipocalóricos y no calóricos.
- Jugo o Zumo es la bebida no fermentada, no concentrada y no se diluye, destinada al consumo, obtenida de la fruta madura y sana, o parte del vegetal de origen, por procesamiento tecnológico adecuado.
- Jugo concentrado es el jugo parcialmente deshidratado y deberá llevar en la etiqueta el porcentaje de su concentración.
- Jugo deshidratado es el jugo en el estado sólido, resultado de la deshidratación del jugo integral.



Ministerio de
Comercio Exterior



PRO ECUADOR
INSTITUTO DE PROMOCIÓN DE
EXPORTACIONES E INVERSIONES

INFORMACIÓN DEL MERCADO

EL MERCADO

Formas de consumo del producto

- Jugo integral es el jugo sin adición de azúcar y su concentración natural, siendo prohibido el uso de la designación para jugo reconstituido.
- Jugo tropical es el producto obtenido por la disolución en agua potable, de la pulpa de fruta carnosa de origen tropical, no fermentada, de color, aroma y sabor característico de la fruta a través de proceso tecnológico adecuado, sometido a tratamiento que asegure su presentación y conservación hasta el momento de consumo. Los contenidos de pulpa y las frutas utilizadas en la elaboración del jugo tropical serán fijados en el acto administrativo del Ministerio de Agricultura y Abastecimiento, debiendo ser superiores a los establecidos para el néctar de la respectiva fruta.



Ministerio de
Comercio Exterior



PRO ECUADOR
INSTITUTO DE PROMOCIÓN DE
EXPORTACIONES E INVERSIONES

INFORMACIÓN DEL MERCADO

EL MERCADO

Perfil del consumidor, hábitos de consumo y motivos de compra

- Brasil es un país de dimensiones continentales. Ante esta realidad, así como en un continente existen varios países con características físicas, culturales y lingüísticas diferentes, hay que entenderlo a Brasil como un gran país con diferentes “tipos de brasileños”, cada uno con su tradición, modo de hablar, gastronomía y costumbres.
- De manera muy general, lo cual no puede ser considerado como una regla, se puede decir que el consumidor brasileño es fiel a la marca –incluyendo la población de bajos ingresos económicos. Los consumidores de altos ingresos otorgan importancia a la calidad y al servicio postventa, sin importar el alto costo que esto pueda acarrear.
- El comprador brasileño es muy sensible también a la realización de promociones.



Ministerio de
Comercio Exterior



PRO ECUADOR
INSTITUTO DE PROMOCIÓN DE
EXPORTACIONES E INVERSIONES

INFORMACIÓN DEL MERCADO

EL MERCADO

Perfil del consumidor, hábitos de consumo y motivos de compra

- A la hora de comprar existe una tendencia a escoger el producto nacional, muchas veces porque su precio es menor que el importado.
- Las condiciones de pago para el consumidor final, sin importar el producto, son muy importantes. Prima el uso de tarjetas de crédito, las cuales, según el establecimiento, pueden recibir pagos sin intereses a plazos prolongados, por ejemplo, 6, 10 o 12 meses.
- Aunque mayor consumo se centra en alimentación y vivienda, podría decirse que no existe un solo patrón, puesto que las clases económicas altas siguen padrones más cercanos a Estados Unidos y Europa, mientras que las más bajas miran mucho el precio.
- Los jugos concentrados de frutas son más utilizados en el hogar, mientras que las pulpas frecuentemente son más consumidas por restaurantes, «food services», escuelas (para alimentación de los estudiantes), hospitales, hoteles, etc.



Ministerio de
Comercio Exterior



PRO ECUADOR
INSTITUTO DE PROMOCIÓN DE
EXPORTACIONES E INVERSIONES

INFORMACIÓN DEL MERCADO

EL MERCADO

Perfil del consumidor, hábitos de consumo y motivos de compra

- A continuación un cuadro explicativo de los factores que más influyen en la decisión de compra del cliente final:

Factores de preferencia de compra del consumidor	Frecuencia %
Precio	24,20%
Practicidad	14,60%
Calidad	12,00%
Sabor	10,20%
Producto natural	8,20%
Marca	8,20%
Empaque	8,20%
Valor Nutricional	8,20%
Costumbre	6,20%

*Fuente: Relatorio Final de Consultoría Agroindustria de Polpa de Frutas
Elaboración: Oficina Comercial del Ecuador em São Paulo, Brasil*

- Las industrias procesadoras de alimentos, los grandes comerciantes, tanto mayoristas como minoristas, supermercados, hoteles, etc., también ven al precio como el factor fundamental para escoger el producto, al momento de realizar compra, especialmente cuando se trata de grandes cantidades.



Ministerio de
Comercio Exterior



PRO ECUADOR
INSTITUTO DE PROMOCIÓN DE
EXPORTACIONES E INVERSIONES

INFORMACIÓN DEL MERCADO

EL MERCADO

Innovación en la presentación y comercialización

- En el mercado existen varios tipos de presentaciones. Los empaques tetra pack son los más comunes para jugos (concentrados) y néctares, mientras que las empaques tipo sachet para las pulpas:



- De todas maneras existen otras presentaciones muy utilizadas, sobretodo los envases de plástico. De diferentes tipos:



Ministerio de
Comercio Exterior



PRO ECUADOR
INSTITUTO DE PROMOCIÓN DE
EXPORTACIONES E INVERSIONES

INFORMACIÓN DEL MERCADO

EL MERCADO

Innovación en la presentación y comercialización

- La comercialización de estos productos se la realiza generalmente, en las cadenas de supermercados, micro mercados y tiendas de barrio, cuando se destinan al consumidor final.
- Es importante destacar que en Brasil estos productos son muy utilizados por el sector de food service: restaurantes, programas escolares de alimentación y cadenas alimenticias, hoteles, etc.
- La industria de elaboración de alimentos procesados es el principal consumidor de pulpas y concentrados, que son utilizados para producción de helados, jugos, postres, chocolates, etc.



Ministerio de
Comercio Exterior



PRO ECUADOR
INSTITUTO DE PROMOCIÓN DE
EXPORTACIONES E INVERSIONES

INFORMACIÓN DEL MERCADO

COMERCIO EXTERIOR

Importaciones de concentrado y pulpa de frutas de Brasil desde el mundo

- En este apartado se analizará el flujo de comercio exterior de las subpartidas:
 - SA 2009.89.90 (Los demás jugo de cualquier otra fruta o fruto u hortaliza) en donde se encuentra el principal producto de exportación del Ecuador a Brasil de esta categoría que es el concentrado/jugo de maracuyá (subpartida NANDINA 2009.89.20).
 - SA 0811.90.00 (Los demás frutas y otros frutos, sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante) en donde se encuentra el principal producto de exportación del Ecuador a Brasil de esta categoría (subpartida NANDINA 0811.90.99).



Ministerio de
Comercio Exterior



PRO ECUADOR
INSTITUTO DE PROMOCIÓN DE
EXPORTACIONES E INVERSIONES

INFORMACIÓN DEL MERCADO

COMERCIO EXTERIOR

Importaciones de concentrado y pulpa de frutas de Brasil desde el mundo

- Como puede apreciarse, durante el año 2014 las importaciones totales en la **subpartida 2009.89.90** presentaron una fuerte caída con relación al 2013 cuando se registró el mayor volumen de importación de este producto desde el 2010.
- Filipinas, Chile, Ecuador, Perú y Alemania son los principales proveedores de Brasil. En el 2014 Filipinas fue el principal exportador a Brasil con USD 3.7 millones, seguido de Chile con USD 1.7 millones. Por su lado, en 2013 Perú fue el principal proveedor con USD 7.1 millones.

IMPORTACIONES TOTALES		
SA 2009.89.90		
Año	USD	Toneladas
2014	7,809,907	2,864
2013	19,036,845	4,826
2012	10,444,579	3,322
2011*	7,959,298	2,843
2010*	5,097,891	2,014

**Registrados anteriormente con subpartida 2009.80.00*

Fuente: Sistema Aliceweb - Ministerio de Desarrollo, Industria y Comercio Exterior de Brasil

Elaboración: Oficina Comercial del Ecuador en São Paulo, Brasil



Ministerio de
Comercio Exterior



PRO ECUADOR
INSTITUTO DE PROMOCIÓN DE
EXPORTACIONES E INVERSIONES

INFORMACIÓN DEL MERCADO

COMERCIO EXTERIOR

Importaciones de concentrado y pulpa de frutas de Brasil desde el mundo

- Las importaciones para la subpartida **0811.90.00** en el 2014 alcanzaron un crecimiento del 40% con respecto al 2013, registrando un total de importaciones de USD 4.8 millones.
- Israel, China, Argentina, Chile y Perú son los principales proveedores de los productos incluidos en esta subpartida. En el 2014 Israel exportó a Brasil USD 1.3 millones, seguido de China con USD 923 mil. En el 2013 Argentina fue el mayor exportador con aproximadamente USD 900 mil.

IMPORTACIONES TOTALES		
SA 0811.90.00		
Año	USD	Toneladas
2014	4,856,689	1,961
2013	3,263,580	1,419
2012	4,984,771	2,228
2011	2,030,735	765
2010	1,008,493	501

Fuente: Sistema Aliceweb - Ministerio de Desarrollo, Industria y Comercio Exterior de Brasil
Elaboración: Oficina Comercial del Ecuador en São Paulo, Brasil



Ministerio de
Comercio Exterior



PRO ECUADOR
INSTITUTO DE PROMOCIÓN DE
EXPORTACIONES E INVERSIONES

INFORMACIÓN DEL MERCADO

COMERCIO EXTERIOR

Exportaciones de concentrado y pulpa de frutas de Brasil

- En lo relacionado a las exportaciones de concentrados y jugos de frutas de la subpartida 2009.89.90 en el 2014 alcanzaron un monto de USD 120 millones, lo cual demuestra que en Brasil existe mayor oferta que demanda.
- Los principales mercados destino de estas exportaciones son Estados Unidos, Holanda y Japón.

EXPORTACIONES TOTALES		
SA 2009.89.90		
Año	USD	Toneladas
2014	120,282,832	58,113,166
2013	99,205,518	51,215,349
2012	95,351,821	46,406,067
2011*	99,270,449	40,263,026
2010*	80,304,500	33,422,552

**Registrados anteriormente con subpartida 2009.80.00*

Fuente: Sistema Aliceweb - Ministerio de Desarrollo, Industria y Comercio Exterior de Brasil

Elaboración: Oficina Comercial del Ecuador en São Paulo, Brasil



Ministerio de
Comercio Exterior



PRO ECUADOR
INSTITUTO DE PROMOCIÓN DE
EXPORTACIONES E INVERSIONES

INFORMACIÓN DEL MERCADO

COMERCIO EXTERIOR

Exportaciones de concentrado y pulpa de frutas de Brasil

- Al igual que en el caso de las exportaciones analizadas de concentrados y jugos de frutas, las exportaciones de pulpas incluidas en la subpartida 0811.90.00 presentan una balanza positiva frente a las importaciones.
- En el 2014 se registró el mayor monto de exportación de los últimos 5 años alcanzando los USD 11.8 millones.
- Los principales destinos del producto brasileño son: Holanda, Japón, EEUU, Australia y Alemania.

EXPORTACIONES TOTALES		
SA 0811.90.00		
Año	USD	Toneladas
2014	11,883,381	4,315
2013	10,903,162	4,146
2012	11,039,094	4,142
2011	9,460,398	3,969
2010	10,014,779	5,082

Fuente: Sistema Aliceweb - Ministerio de Desarrollo, Industria y Comercio Exterior de Brasil

Elaboración: Oficina Comercial del Ecuador en São Paulo, Brasil



Ministerio de
Comercio Exterior



PRO ECUADOR
INSTITUTO DE PROMOCIÓN DE
EXPORTACIONES E INVERSIONES

INFORMACIÓN DEL MERCADO

COMERCIO EXTERIOR

Exportaciones ecuatorianas de concentrado y pulpa de frutas a Brasil

- Las exportaciones ecuatorianas registradas en la subpartida 2009.89.90 representaron el 5.7% del total de importaciones realizadas por Brasil para esa partida. El principal producto de ingreso a este mercado es el concentrado de maracuyá.
- De otro lado, analizando la subpartida 0811.90.00, Ecuador registra exportaciones tan sólo para los años de 2006, 2007 y 2014. En este último, el monto registrado de ventas fue de USD 33,834.



Ministerio de
Comercio Exterior



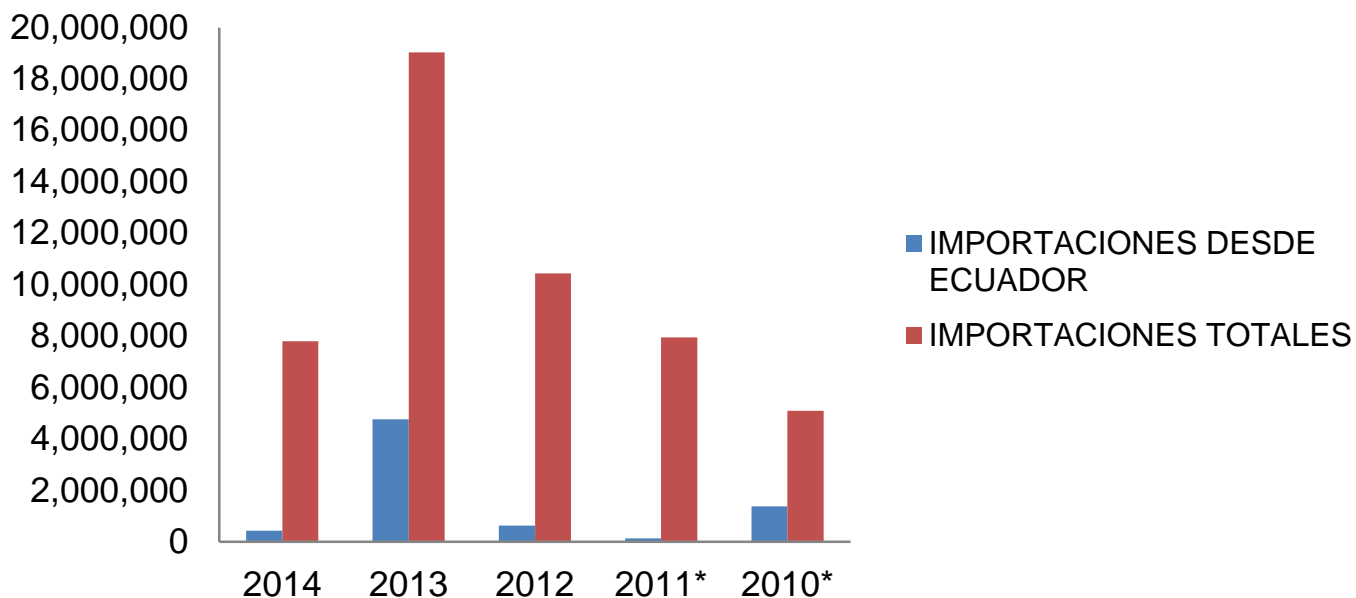
PRO ECUADOR
INSTITUTO DE PROMOCIÓN DE
EXPORTACIONES E INVERSIONES

INFORMACIÓN DEL MERCADO

COMERCIO EXTERIOR

Exportaciones ecuatorianas de concentrado y pulpa de frutas a Brasil

Exportaciones ecuatorianas a Brasil
SA 2009.89.90



*Registrados anteriormente con subpartida 2009.80.00

Fuente: Sistema Aliceweb - Ministerio de Desarrollo, Industria y Comercio Exterior de Brasil

Elaboración: Oficina Comercial del Ecuador en São Paulo, Brasil



Ministerio de
Comercio Exterior



PRO ECUADOR
INSTITUTO DE PROMOCIÓN DE
EXPORTACIONES E INVERSIONES

INFORMACIÓN DEL MERCADO

CANALES DE COMERCIO

Descripción de los canales de distribución de Brasil

- Los canales más importantes en Brasil son los supermercados o las grandes redes minoristas que cada vez adquieren más relevancia en el sistema de distribución de alimentos frescos y procesados.
- Las pulpas de frutas en empaques pequeños (sachet de 80 y 100 gr) y los concentrados de jugos en botellas pequeñas para consumo familiar están ganando espacio en los supermercados. Atendiendo a la creciente demanda de los compradores por consumir productos más naturales, nutritivos y saludables, en reemplazo de los refrigerantes.

Principales proveedores de pulpas y concentrados	Frecuencia %
Asociación / Cooperativa	25%
Distribuidor mayorista	24,0%
Intermediario	18,0%
Productor	17%
Distribuidor minorista	16%

Fuente: *Relatorio Final de Consultoría Agroindustria de Polpa de Frutas*
Elaboración: *Oficina Comercial del Ecuador em São Paulo, Brasil*



Ministerio de
Comercio Exterior



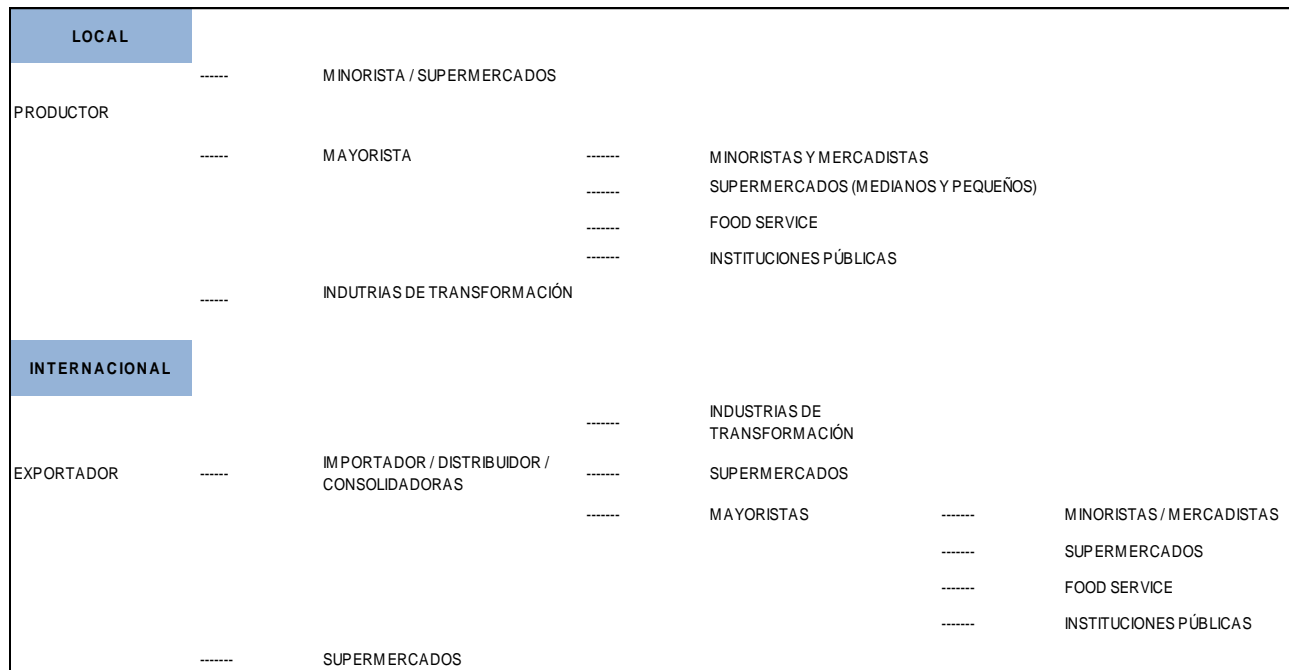
PRO ECUADOR
INSTITUTO DE PROMOCIÓN DE
EXPORTACIONES E INVERSIONES

INFORMACIÓN DEL MERCADO

CANALES DE COMERCIO

Descripción de los canales de distribución de Brasil

- Para el caso de las pulpas y concentrados de frutas, hay que mencionar que los principales actores de la cadena son los mayoristas y grandes cadenas de distribución de alimentos. Ellos son los principales proveedores y cuentan con más de 75% de las ventas en el mercado (para minoristas, food service e industria de transformación).



Fuente: CEPEA, SBRT y Markestrat

Elaboración: Oficina Comercial del Ecuador en São Paulo, Brasil

INFORMACIÓN DEL MERCADO

CANALES DE COMERCIO

Descripción de los canales de distribución de Brasil

- Son pocos los productores o exportadores (de concentrados y pulpas de frutas) que venden directamente a supermercados o minoristas. Por lo general, las ventas se realizan al mayorista y en el caso de productos importados, algunos pasan por un distribuidor o empresa consolidadora, antes de llegar al cliente final.
- Aunque existen también supermercados (los más grandes) que hacen importaciones directas de algunos productos o compran del productor sin pasar por intermediarios.
- Cabe mencionar que las industrias transformadoras también están obteniendo cada vez más importancia, ya que las pulpas y concentrados de frutas son muy utilizados por empresas como las productoras de jugos, chocolates, caramelos, mermeladas, lácteos o de helados para complementar sus sabores.
- Existe también una creciente demanda institucional, derivada de los programas gubernamentales de alimentación escolar.

INFORMACIÓN DEL MERCADO

CANALES DE COMERCIO

Factores determinantes de los márgenes de comercialización en los diferentes canales y segmentos.

- Las grandes cadenas de supermercados suelen imponer sus estrategias de pago a proveedores -incluso en sus compras internacionales- demorando entre 30 y 45 días para pagar. Este tiempo varía de acuerdo al tipo de transporte (generalmente los productos que llegan vía aérea al Brasil se pagan antes que los que vienen por mar y tierra) o a las negociaciones que anteceden a la importación.
- La mayor parte de actores del sector utilizan la política de precios “HILO” (High Low Pricing), ya que esta permite mayor flexibilidad ante las variaciones económicas del momento (inflación e impuestos en aumento y muy variables en los 2 últimos años), además de que el consumidor brasileño es muy susceptible a promociones y descuentos.
- La utilización de esta estrategia para la determinación de precios, le permite a las cadenas de supermercados obtener mayores márgenes durante períodos más largos y le ayuda a tener una ventaja competitiva y a fidelizar clientes.



Ministerio de
Comercio Exterior



PRO ECUADOR
INSTITUTO DE PROMOCIÓN DE
EXPORTACIONES E INVERSIONES

INFORMACIÓN DEL MERCADO

CANALES DE COMERCIO

Información general de las empresas locales de ese producto y su participación en el mercado

Los principales actores de la cadena de distribución minorista en Brasil son, en orden de facturación:

1. Carrefour,
2. Companhia Brasileira de Distribuição (Pão de Açúcar y Extra),
3. Walmart Brasil,
4. Cencosud Brasil,
5. Dia Brasil,
6. Zaffari Comércio e Industria,
7. Irmãos Muffato,
8. Condor Super Center,
9. Supermercados BH Comercio de Alimentos.
10. Sonda supermercados.

Estás 10 cadenas representan prácticamente 50% del total del mercado. Solamente las 3 primeras ya abarcan más del 35%.



Ministerio de
Comercio Exterior



PRO ECUADOR
INSTITUTO DE PROMOCIÓN DE
EXPORTACIONES E INVERSIONES

SERVICIOS



SERVICIO Y ASESORÍA INTEGRAL AL EXPORTADOR

Asesoría al exportador
Capacitaciones
Programas y Proyectos



PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES

Ferias y Misiones



INTELIGENCIA COMERCIAL

Acceda gratuitamente a:

- Estudios de Mercado
- Estadísticas y análisis de comercio internacional
- Guías y estrategias de accesos a mercados



PROMOCIÓN DE INVERSIONES

Punto de contacto entre el sector público y privado para las inversiones



Consulte en www.proecuador.gob.ec los programas y capacitaciones en las que puede participar.



PRO ECUADOR
INSTITUTO DE PROMOCIÓN DE
EXPORTACIONES E INVERSIONES

CON PRO ECUADOR EL MUNDO CONOCE nuestra línea de exportación



En PRO ECUADOR trabajamos para promocionar la oferta exportable de nuestro país.

- 4.474 productores, emprendedores y exportadores capacitados en Comercio Exterior.
- Más de 200 millones de dólares en expectativas de ventas en ruedas de negocios nacionales.
- Participación exitosa en más de 53 eventos nacionales e internacionales de promoción comercial.

Y tú, ¿qué esperas para empezar a hacer negocios con el mundo?



PRO ECUADOR
INSTITUTO DE PROMOCIÓN DE
EXPORTACIONES E INVERSIONES

Guayaquil: Av. Fco. de Orellana, edificio World
Trade Center, Torre A piso 13.

Quito: Av. Amazonas y Roca, edificio Río Amazonas, piso 5.

www.proecuador.gob.ec
04 - 2597980 / 02 - 2993200
Ext. 12801

 @Pro_Ecuador

 PROECUADOR