

Encurtidos vegetales en Sudáfrica

A. CIFRAS CLAVE

Los encurtidos vegetales son un condimento popular en Sudáfrica y se consumen con una variedad de platos como sándwiches, hamburguesas y *braai* (barbacoa sudafricana). Es un sector relativamente pequeño, sin embargo, el consumo de encurtidos ha ido creciendo en los últimos años, impulsado por la tendencia hacia una alimentación más saludable y por la creciente popularidad de la cocina internacional. Sudáfrica produce una gran variedad de encurtidos vegetales, incluyendo pepinillos, cebollas, coliflor, zanahorias y pimientos. La fabricación de estos productos se concentra en las provincias de Western Cape, KwaZulu-Natal y Gauteng.

PRINCIPALES PRODUCTOS COMERCIALIZADOS EN 2023

En miles de EUR

	Pepinillos	Olivas	Cebollas	Otros	Maíz dulce
Exportaciones	701	378	48	46.429	10
Importaciones	2.524	148	163	5.623	0

Fuente: ITC Trade Map.



B. CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO

B.1. Los encurtidos vegetales en Sudáfrica

El sector de los encurtidos vegetales en Sudáfrica es un componente importante de la industria alimentaria del país, tanto en el ámbito nacional como internacional. La industria de los encurtidos vegetales sudafricana está compuesta por una variedad de empresas, desde pequeñas empresas familiares hasta grandes corporaciones. Muchas de estas empresas están ubicadas en las regiones agrícolas del país, donde tienen mejor acceso a materias primas frescas y de alta calidad.

El mercado sudafricano de los encurtidos vegetales es competitivo y está en constante evolución para satisfacer las demandas cambiantes de los consumidores. Además del mercado interno, muchas empresas sudafricanas también exportan sus productos a otros países.

Al igual que el resto de los sectores de la industria alimentaria del país, este se enfrenta a desafíos y oportunidades. Entre los desafíos se encuentran la competencia de los productos importados, los costes de producción y los requisitos reglamentarios. Sin embargo, también existen oportunidades para la innovación en productos, la expansión del mercado y la diversificación de las exportaciones.

La demanda y el consumo de encurtidos vegetales en Sudáfrica son significativos y están arraigados en la cultura alimentaria del país. Algunos de los aspectos clave sobre la demanda y el consumo de encurtidos vegetales en Sudáfrica son:

- **Cultura alimentaria:** Los encurtidos vegetales son una parte importante de la dieta sudafricana, con una larga tradición de consumo en el país. Se presentan en una variedad de formas, desde pepinillos en vinagre hasta *chutneys* y salsas picantes, y se sirven de acompañamiento de comidas o como aperitivo.
- **Diversidad de oferta:** existe una amplia variedad de encurtidos vegetales disponibles para satisfacer los diferentes gustos y preferencias de los consumidores. Esto incluye encurtidos de vegetales locales y extranjeros, así como una variedad de sabores y estilos que elegir.
- **Salud y bienestar:** Con el creciente interés por la alimentación saludable, los consumidores sudafricanos están buscando opciones de encurtidos vegetales bajos en calorías, bajos en sodio y libres de aditivos artificiales. Los encurtidos vegetales naturales y orgánicos están ganando popularidad entre aquellos que priorizan la salud y el bienestar.
- **Disponibilidad en el mercado:** Los encurtidos vegetales se pueden encontrar en una amplia gama de establecimientos en Sudáfrica, que van desde supermercados y tiendas de conveniencia hasta mercados tradicionales y tiendas especializadas en alimentos étnicos. Esta amplia disponibilidad facilita el acceso a estos productos.

Según el sistema armonizado (HS), las principales partidas arancelarias para los encurtidos vegetales que hay en Sudáfrica son:

- **200110**→ Pepinos y pepinillos, preparados o conservados en vinagre o en ácido acético.
- **200190**→ Legumbres, hortalizas, frutos y demás partes comestibles de plantas, preparados o conservados en vinagre o ácido acético.
 - 20019090→ Vegetales, frutas, frutos secos y otras partes comestibles de las plantas, preparadas o conservadas en vinagre o ácido acético (excluidos pepinillos): Otros.
 - 20019010→ Vegetales, frutas, frutos secos y otras partes comestibles de las plantas, preparadas o conservadas en vinagre o ácido acético (excluidos pepinillos): Olivas.
 - 20019020→ Vegetales, frutas, frutos secos y otras partes comestibles de las plantas, preparadas o conservadas en vinagre o ácido acético (excluidos pepinillos): Cebollas.
 - 20019030→ Vegetales, frutas, frutos secos y otras partes comestibles de las plantas, preparadas o conservadas en vinagre o ácido acético (excluidos pepinillos): Maíz dulce.

Los aranceles aplicados a estos productos originarios de la UE son del 0 %.

B.2. Tamaño del mercado

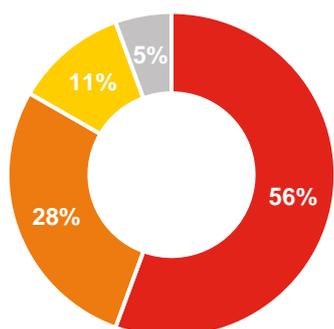
El mercado de encurtidos vegetales de Sudáfrica registró ventas por valor de 666,3 millones de ZAR (aproximadamente 32,6 MEUR) en 2023, estimándose alcanzar los 635,5 millones de ZAR (aproximadamente 31,2 MEUR) en 2028, lo que representaría una contracción en valor del -4,6 % para el periodo 2023-2028.

Dado que para el consumidor sudafricano la lealtad a la marca no es una prioridad, especialmente debido al aumento de los precios, la tendencia actual apunta al consumo de productos de marca propia, ya que ofrecen una cartera más diversa que atiende a consumidores de todo el espectro de ingresos. Las marcas propias también están tomando la delantera en términos de innovación, y los actores ofrecen desde productos económicos hasta productos especializados de alta gama.

El mercado sudafricano de encurtidos puede ser segmentado atendiendo a distintos factores. En este caso nos centraremos en su segmentación según los canales de distribución y las regiones de venta.

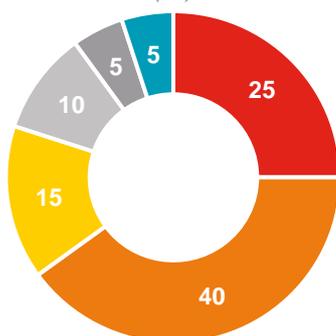
SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

Canales de distribución



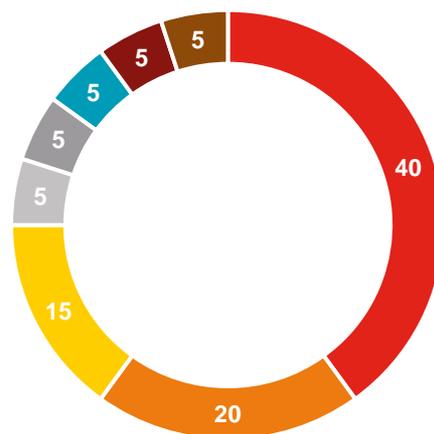
- Supermercados
- Hipermercados
- Tiendas Conveniencia
- Tienda Especializadas

Regiones de consumo (%)



- Western Cape
- Gauteng
- KwaZulu-Natal
- Eastern Cape
- Mpumalanga
- Limpopo

Tipo de producto (%)



- Pepinillos
- Cebollas
- Pimientos
- Coliflor
- Judías Verdes
- Remolachas
- Repollo

DATOS DE IMPORTACION, POR PAÍSES DE ORIGEN

Valor en miles de EUR

País Origen	Código 200110		Código 200190				
	Valor 2022	País Origen	Valor 2023	País Origen	Valor 2022	País Origen	Valor 2023
Alemania	970	Alemania	1.480	Zimbabue	1.876	Zimbabue	2.316
Sri Lanka	249	Turquía	467	Zambia	1.292	Zambia	2.014
Turquía	234	India	342	Polonia	428	Polonia	468
Bélgica	180	Israel	58	Grecia	242	España	204
India	153	Países Bajos	55	Tailandia	234	China	165
Polonia	38	Vietnam	42	Turquía	178	Tailandia	152
Israel	29	Francia	38	China	138	Italia	108
Vietnam	19	Bélgica	21	Italia	95	Turquía	104
Dinamarca	17	Polonia	19	España	88	Grecia	96
Italia	12	Italia	1	Bélgica	59	Bélgica	54

Fuente: ITC Trade Map.

DATOS DE EXPORTACIÓN POR PAÍSES DE DESTINO

Valor en miles de EUR

País Origen	Código 200110		Código 200190				
	Valor 2022	País Destino	Valor 2023	País Origen	Valor 2022	País Origen	Valor 2023
Malawi	136	Namibia	254	Alemania	14.515	Alemania	13.987
Namibia	134	Malawi	154	EE. UU.	7.934	Polonia	10.851
EAU	95	Zimbabue	78	Polonia	4.714	EE. UU.	9.403
Botsuana	57	EAU	61	Países Bajos	3.120	Grecia	3.913
Zimbabue	57	Botsuana	53	Reino Unido	1.944	Países Bajos	3.113
Zambia	40	Zambia	47	Grecia	1.929	Reino Unido	1.397
Mozambique	26	Mozambique	25	Lesoto	692	Botsuana	914
Israel	20	Angola	19	Australia	653	Australia	641
Angola	16	Curazao	18	Francia	546	Lesoto	580
Mauricio	11	Esuatini	16	Namibia	391	Croacia	450

Fuente: ITC Trade Map.

B.3. Principales actores

Hay productos de marca propia económicos disponibles para el consumidor masivo. Por otro lado, cadenas minoristas tales como **Woolworths, Shoprite Checkers** y **Pick n Pay** también atienden a los consumidores de lujo que buscan productos más sofisticados bajo sus líneas de marca propia. Woolworths sigue siendo el minorista líder en la oferta de salsas, aderezos y condimentos *premium* y especializados, debido a su amplia oferta. Sin embargo, Shoprite Checkers y Pick n Pay ahora también ofrecen las líneas *premium* “Forage & Feast” y “Crafted Collection”, respectivamente, intensificando la competencia. La amplia variedad de líneas de marca propia dirigidas a diferentes



grupos de consumidores supone una fuerte competencia para las marcas tradicionales, dificultándoles mantener y aumentar su participación en el mercado.

B.3.1. Fabricantes

- Tiger Brands → Líder del mercado con marcas como Mrs. Ball's y Crosse & Blackwell. En 2023 concentraba el 23 % de las ventas detallistas.
- Pioneer Foods → Segundo mayor actor, con la marca Ceres,
- Rhodes Food Group → Empresa propietaria de la marca Rhodes,
- Langeberg & Ashton Foods → productor bajo la marca Langeberg.
- Otras empresas: incluye KOO, Premier FMGG y Willow Creek Foods,

B.3.2. Distribuidores

- Shoprite Checkers → Principal cadena de supermercados, con la mayor participación del mercado.
- Pick n Pay → Segunda cadena más grande de supermercados.
- Woolworths → supermercado *premium* con una amplia gama de productos.
- Spar → cadena de supermercados con presencia en áreas rurales.
- Makro → mayorista que atiende a consumidores y negocios.

También cabe citar las siguientes instituciones, a través de las cuales se puede obtener un mayor acercamiento al sector:

- [Asociación Sudafricana de Fabricantes de Conservas](#)
- [Departamento de Agricultura, Silvicultura y Reforma Agraria](#)
- [Departamento de Comercio, Industria y Competencia](#)
- [Universidad de Stellenbosch](#)
- Instituto de Investigación Agrícola de Sudáfrica
- [Cámara de Comercio de Sudáfrica](#)
- [Federación de Agricultores de Sudáfrica](#)

C. LA OFERTA ESPAÑOLA

Es difícil determinar la cuota de mercado que ocupan los encurtidos españoles en los lineales sudafricanos, sin embargo, se estima que esta puede ser inferior al 5 %. Las razones a las que se puede deber esta baja participación incluyen:

- **Competencia local.** Las empresas locales pueden ofertar sus productos a precios más bajos.
- **Costes de transporte.** Estos pueden aumentar el precio final de los encurtidos españoles en los lineales sudafricanos.
- **Falta de conocimiento del mercado.** Los consumidores sudafricanos no están familiarizados con la variedad de encurtidos vegetales españoles ni sus marcas, lo que dificulta la venta de estos productos.

Los principales competidores a los que se enfrentan las marcas españolas de encurtidos vegetales a la hora de introducir sus referencias en los lineales de Sudáfrica son los principales actores locales mencionados en el apartado anterior, y empresas internacionales como Heinz, Del Monte o B&G Foods.

Los encurtidos vegetales españoles más importados son **aceitunas, pepinillos y cebollas**. Algunas de las marcas españolas que se encuentran en el mercado sudafricano son:

- La Española
- Ybarra
- Don Simón

D. OPORTUNIDADES DEL MERCADO

El mercado de los encurtidos vegetales ofrece diversas oportunidades para los empresarios y productores en Sudáfrica. Estas serían algunas de las oportunidades clave en este mercado:

- 1. Diversificación de productos:** Además de los encurtidos vegetales tradicionales, hay espacio para la diversificación de productos. Esto incluye la introducción de nuevos sabores, combinaciones de vegetales innovadoras y encurtidos con ingredientes únicos que puedan atraer a segmentos específicos de consumidores, como los que buscan opciones *gourmet* o saludables.
- 2. Enfoque en la salud y el bienestar:** Existe una creciente demanda de alimentos saludables y naturales. Los encurtidos vegetales ofrecen una opción atractiva para aquellos que buscan alimentos bajos en calorías, ricos en fibra y llenos de nutrientes. Los productores pueden capitalizar esta tendencia destacando los beneficios para la salud de sus productos y asegurando la calidad de los ingredientes utilizados.
- 3. Segmentación del mercado:** Identificar segmentos de mercado específicos puede ser una estrategia efectiva. Por ejemplo, los encurtidos *gourmet* podrían dirigirse a consumidores dispuestos a pagar más por productos de alta calidad y sabores exclusivos. Del mismo modo, los encurtidos orgánicos podrían atraer a consumidores preocupados por el medio ambiente y la sostenibilidad.
- 4. Expansión de mercados:** Además del mercado interno, los productores de encurtidos vegetales pueden explorar oportunidades de exportación. La demanda de alimentos étnicos y *gourmet* está en aumento en muchos mercados internacionales, lo que podría representar una oportunidad para los productores sudafricanos de encurtidos vegetales.
- 5. Colaboraciones y alianzas estratégicas:** La colaboración con restaurantes, supermercados u otros minoristas puede ayudar a ampliar el alcance de los productos de encurtidos vegetales. Las alianzas estratégicas también pueden ser beneficiosas para la distribución y la promoción de los productos en nuevos mercados.
- 6. Innovación en envases y presentación:** El diseño de envases atractivos y funcionales puede marcar la diferencia en la percepción del producto por parte del consumidor. Además, la presentación creativa de los encurtidos vegetales, ya sea en ferias alimentarias, eventos gastronómicos o en línea, puede generar interés y aumentar las ventas.

En resumen, el mercado de los encurtidos vegetales ofrece una serie de oportunidades para la innovación, la segmentación y la expansión a nivel nacional como internacional. Aquellos que estén dispuestos a adaptarse a las tendencias del consumidor y a mantener altos estándares de calidad tienen el potencial de tener éxito en este sector.

E. CLAVES DE ACCESO AL MERCADO

E.1. Distribución

La forma de introducir un producto en Sudáfrica es generalmente a través de un intermediario que hará de Distribuidor y/o Importador. Cabe destacar que la figura de agente comercial o comisionista no existe en Sudáfrica. Los canales de distribución más importantes para los encurtidos vegetales en Sudáfrica son:

1. Supermercados
2. Tiendas *gourmet*
3. Mercados locales
4. Venta *online* (actualmente en crecimiento)

E.2. Legislación aplicable y otros requisitos

Las principales normas aplicables a los productos alimenticios en Sudáfrica, y por lo tanto, a los encurtidos vegetales que se quiera comercializar en el país comprenden:

- **Foodstuffs, Cosmetics and Disinfectants Act, 1972 ([Act No. 54 of 1972](#)) Regulation Governing General Hygiene Requirements for Food Premises, The Transportation of Food and Related Matters.**
- **Act No. 14 of 2013: Protection of Personal Information ([POPI Law](#))**



E.3. Ferias

Los principales eventos feriales de interés activos actualmente en el país son:

- AFRICA'S BIG SEVEN FOOD INDUSTRY: <https://www.africabig7.com/>
- HOSTEX FOOD AND HOSPITALITY AFRICA: <https://www.hostex.co.za/>

F. INFORMACIÓN ADICIONAL

F.1. Webs de interés

- Dirección web *Food Review*: <https://www.b2bcentral.co.za/channel/sa-food-review/>
- Dirección web *EatOut*: <https://www.eatout.co.za/industry/>
- Dirección web *Supermarket Retailer*: <https://supermarket.co.za/>

F.2. Asociaciones

- Dirección web SAOlive: <https://www.saolive.co.za/>

ICEX

G. CONTACTO

La **Oficina Económica y Comercial de España en Johannesburgo** está especializada en ayudar a la internacionalización de la economía española y la asistencia a empresas y emprendedores en **Sudáfrica**.

Entre otros, ofrece una serie de **Servicios Personalizados** de consultoría internacional con los que facilitar a dichas empresas: el acceso al mercado de Sudáfrica, la búsqueda de posibles socios comerciales (clientes, importadores/distribuidores, proveedores), la organización de agendas de negocios en destino, y estudios de mercado ajustados a las necesidades de la empresa. Para cualquier información adicional sobre este sector contacte con:

13 Fredman Drive, 8th Floor Fredman Towers
Sandown, Sandton
Johannesburgo 2196 – Sudáfrica
Teléfono: +27 11 883 2102
Correo electrónico: johannesburgo@comercio.mineco.es
<http://sudafrica.oficinascomerciales.es>

Si desea conocer todos los servicios que ofrece ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar la internacionalización de su empresa contacte con:

Ventana Global

913 497 100 (L-J 9 a 17 h; V 9 a 15 h) informacion@icex.es

Para buscar más información sobre mercados exteriores [siga el enlace](#)

INFORMACIÓN LEGAL: Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso.

ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas.

AUTORA

Cintya Yadira Soto Arce

Oficina Económica y Comercial
de España en Johannesburgo
johannesburgo@comercio.mineco.es

Fecha: 30/04/2024

NIPO: 22424012X

www.icex.es



FICHAS SECTOR SUDÁFRICA



ICEX España
Exportación
e Inversiones