

2019

DEPARTAMENTO DE
INTELIGENCIA DE MERCADO



DEPARTAMENTO DE INTELIGENCIA DE MERCADOS

PERFIL PRODUCTO MERCADO

Albahaca en Alemania.



2019

I. Producto

De acuerdo al Instituto de Ecología (INECOL), la albahaca es una hortaliza muy popular y frecuentemente usada en la cocina y se puede consumir fresca o seca para acompañar un gran número de platillos, debido a su excelente aroma y sabor. También se considera una de las hierbas más saludables con propiedades nutritivas entre ellas tenemos la vitamina K, que es esencial para la coagulación de la sangre, la vitamina A que contiene beta-carotenos que son poderosos antioxidantes que protegen las células, esto ayuda a prevenir la oxidación del colesterol en la sangre, así como ataques cardíacos y embolia.



La albahaca es una hierba perteneciente a la familia Lamiaceae, la misma de la menta. Hay muchas variedades de albahaca, que difieren en forma, tamaño y color. Las variedades más comunes que se utilizan en la cocina italiana es la genovesa, de hoja grande y dulce, la variedad tailandesa, la de limón y la de hoja morada de África. En relación a su origen se remonta a la India, hace casi 4 mil años, fue llamada la "hierba de los Reyes" por los antiguos griegos. También se podía encontrar en Asia, Egipto y todo el Mediterráneo. Se hizo popular en Inglaterra durante el siglo XVI y fue llevada a América del Norte por los exploradores ingleses.

Entre las principales variedades se destacan:

Cuadro N° 1.
Principales variedades de Albahaca



Fuente: MundoHuerto. Elaboración: Inteligencia de mercados

Para conocer mayores variedades de albahaca visitar los siguientes links: <http://ito.mx/Ls7j>; <https://cutt.ly/2PG87s>

El presente documento analiza la posibilidad del comercio de albahaca de Perú con Alemania. La elección del análisis de este país ha sido por ser el segundo mayor importador de hortalizas, incl. "silvestres", secas, incl. las cortadas en trozos o en rodajas o las trituradas o pulverizadas, pero sin preparación (**Part.071290**)¹ en el mundo, teniendo un crecimiento promedio en valor de 12,4% y de 18,4% de crecimiento promedio anual en últimos 5 años.

A continuación, se detalla el arancel aplicado por Alemania al producto albahaca frescas o refrigeradas (Part. 0712909000). Según el portal Market Access Map (2018) se especifica lo siguiente:

Cuadro N° 2. Alemania: Partida Arancelaria de albahaca frescos o refrigerados (070320)²

Aranceles aplicados por Alemania						
Partida	HS6	Descripción	Arancel NMF	Arancel aplicado UE	Arancel aplicado a Perú	Arancel Miembros AP ³
0712909000	071290	Albahaca fresca o refrigerada	10.20%	0%	0%	0%

Fuente: Market Access Map / Acuerdos Comerciales del Perú. Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ

¹ Partida arancelaria donde encontraremos el producto de Albahaca fresca o refrigerada.

² UE: Unión Europea.

³ Miembros AP: Alianza del Pacífico (México, Colombia, Chile y Perú).

II. Requisitos de ingreso

1. Regulaciones y normas de ingreso

Principales regulaciones y normas de ingreso (incluye las de etiquetado, envase y embalaje):

Cuadro N° 3
Ley y Reglamentos de la UE⁴

Organismo o Institución que Normaliza	Título de Ley, Norma, Reglamento	Fecha de Publicación	Link para ubicar publicación
Comisión Europea	<i>Control de los contaminantes alimenticios en alimentos y Niveles máximos (CEE N° 315/93, y CE N° 1881/2006)</i>	Febrero 1993 Diciembre 2006	http://bit.ly/2pJ911E
Comisión Europea	<i>Trazabilidad, cumplimiento y responsabilidad en los alimentos (CE N° 178/2002)</i>	Enero 2002	http://bit.ly/2pqMcUa
Comisión Europea	<i>Control sanitario de los productos alimenticios de origen no animal (CE N° 852/2004)</i>	Abril 2004	http://bit.ly/2oE3WZk
Comisión Europea	<i>Normas de comercialización de las frutas y hortalizas frescas</i>	Diciembre 2013	https://goo.gl/wSaszN
Comisión Europea	<i>Directivas 2000/13/CE, relativas al etiquetado de los productos alimenticios, y 90/496/CEE, relativa al etiquetado sobre propiedades nutritivas.</i>	23 de Noviembre 2015 (última actualización)	http://bit.ly/2pGwxQE



Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ

Para mayor detalle consultar el documento: [Guía de Requisitos Sanitarios de alimentos a la UE.](#)




2. Estándares y certificaciones

A continuación; se presentan algunas certificaciones importantes al momento de ingreso de la albahaca, las cuales, deben cumplir los estándares de calidad según la condición del producto.

Cuadro N° 4 Certificaciones

Logo	Nombre de la certificación	Descripción	Web
	Certificación Europa	El logotipo ecológico de la UE y el etiquetado es una forma rápida y sencilla para que los consumidores reconozcan los productos ecológicos y un paso importante para garantizar que los productos ecológicos siempre tengan los mismos altos estándares.	http://bit.ly/2pVWMPg
	Bio Siegel	Este logo busca dar a conocer a los consumidores de manera clara y uniforme que los productos son orgánicos y ecológicos. Se debe cumplir con las regulaciones sobre agricultura orgánica de la UE y deben someterse a diversas inspecciones.	http://bit.ly/1XHHF7t

⁴ La Comisión Europea: Alimentos

Logo	Nombre de la certificación	Descripción	Web
	Comercio Justo	Estos sellos indican que el productor está recibiendo un precio mínimo justo por el producto.	http://bit.ly/2pqG5is
	Norma ISO 22000- Food Safety	Los compradores requieren que sus proveedores cuenten con un sistema de control de la calidad de sus productos, que asegure que es apto para el consumo humano. Otras certificaciones similares, se utilizan son: IFS (International Food Standard), SQF (Safe Quality Food Program), entre otros.	http://bit.ly/2ptUDv1
	Rainforest Alliance	Organización que trabaja para conservar la biodiversidad y asegurar medios de vida sostenibles transformando las prácticas de uso de suelo, las prácticas empresariales y el comportamiento de los consumidores	http://bit.ly/2pGbsTm

Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ

III. Estadísticas de competencia y del mercado

3.1. El mercado Alemán

El mercado alemán, es uno de los mayores importadores de hortalizas y verduras en Europa, registró un crecimiento ligeramente positivo en las ventas de verduras frescas en 2018. Los alemanes están muy interesados en saber más sobre los beneficios para la salud y los valores nutricionales de las verduras frescas.

A medida que la prensa y los medios continúan difundiendo esta información, una gran parte de los consumidores se están dando cuenta de la conexión directa entre una dieta saludable y el bienestar.

La amplia variedad de vegetales frescos disponibles y sus beneficios funcionales, sobre los cuales a los consumidores les gusta aprender, están dando un impulso adicional a las ventas.

La creciente demanda de productos de origen local, particularmente orgánicos o de origen natural, se está cumpliendo con una oferta creciente en todos los canales minoristas, lo que permite que la categoría continúe desarrollándose positivamente en términos de volumen y valor. Aunque las tiendas de descuento tienen la mayor parte de las ventas minoristas, internet registra un rápido crecimiento.

A medida que los minoristas de internet amplían su gama de productos, especialmente en verduras orgánicas, se espera que esta tendencia se desarrolle aún más.

Por otro lado la tendencia de conveniencia sigue siendo fuerte y está presionando el consumo general de vegetales frescos. La alta calidad de los alimentos procesados y una mayor innovación para preservar al máximo los valores nutricionales en los alimentos envasados están generando una fuerte competencia por los alimentos frescos.

Los principales minoristas también tienden a expandir las líneas de vegetales congelados procesados tanto tradicionales como exóticos. Sin embargo, la fuerte tendencia de salud y la cocina casera desde cero está teniendo una influencia positiva en las ventas de verduras frescas. Una mayor premiumización y demanda de opciones más naturales y orgánicas están desencadenando aumentos de precios, pero esto no parece estar obstaculizando el crecimiento. Por ejemplo, la preferencia por una mejor calidad de producto, incluso si eso pudiera significar una cantidad menor, todavía está presente en las verduras frescas en Alemania. Un aumento general de la población principalmente de países donde la cocina casera con ingredientes no procesados es más común, también está contribuyendo a las expectativas optimistas generales.

Cuadro N° 5⁵.

Tamaño de mercado de vegetales en Alemania (miles de toneladas)

Alemania /toneladas	2014	2015	2016	2017	2018	2019*	Var% 18/17	TCP 14-18
Vegetales	4,326	4,483	4,480	4,506	4,532	4,549	0.6%	1.2%

Fuente: Euromonitor / Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ

Como se puede apreciar en el cuadro N° 5, en el 2018 el tamaño de mercado de vegetales en Alemania totalizó un valor de 4,532 miles de toneladas, lo cual significó un crecimiento del 0.6% con respecto al año anterior. No obstante cabe destacar que para el 2019 se proyecta que este puede totalizar un valor de 4,549 miles de toneladas.

3.3. Competencia Internacional

De acuerdo a la base de datos del TradeMap (2018), se puede comentar que el mercado de Alemania, tiene como principales proveedores de Hortalizas, incl., “silvestres”, mezcla de hortalizas, incl., “silvestres”, secas, incl., las cortadas en trozos o en rodajas o las trituradas o pulverizadas, pero sin otra preparación (bajo la partida: N° 071290) a mercados como China, el cual es el principal proveedor del mercado alemán y ha mostrado un decrecimiento promedio de 0.7% en los últimos cinco años, registrando en este último un valor de US\$ 54 millones, además de ello China ha tenido una participación de 33% en el 2018. Le siguen otros mercados como Polonia el cual en el último año ha tenido con un decrecimiento de 2.6% con respecto al año anterior, y posteriormente otros mercados como Países Bajos (-6.1%), Túnez (26.5%) e Italia (-31.2%).

A continuación, se presenta un cuadro resumen con el ranking de los principales proveedores de la partida: 071290 a Alemania con los valores y volúmenes exportados:

Cuadro N° 6. Principales exportadores o proveedores de Hortalizas, incl., “silvestres”, mezcla de hortalizas, incl., “silvestres”, secas, incl., las cortadas en trozos o en rodajas o las trituradas o pulverizadas, pero sin otra preparación a Alemania (Part. Nro. 071290.)

RK	País Socio	Valores US\$ (millones)					Volumen (Miles Toneladas)				
		2014	2015	2016	2017	2018	2014	2015	2016	2017	2018
1	China	56	48	70	83	54	17	15	17	18	16
2	Polonia	28	26	17	23	22	9	9	6	9	8
3	Países Bajos	17	17	13	14	13	7	8	8	6	6
4	Túnez	1	8	2	8	10	0	2	0	2	3
5	Italia	12	13	12	10	7	3	4	4	3	4
	Otros	58	58	66	58	55	13	12	17	13	12
	Total	172	168	179	197	162	49	53	52	51	48

TradeMap (2018). Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ

Del cuadro N° 6, se puede comentar que Alemania en el año 2018 importó Hortalizas, incl., “silvestres”, mezcla de hortalizas, incl., “silvestres”, secas, incl., las cortadas en trozos o en rodajas o las trituradas o pulverizadas, pero sin otra preparación por un valor total de US\$ 162 millones con un volumen de 48 mil toneladas respectivamente.

En relación a la estacionalidad de la lechuga por principales exportadores, se presenta la siguiente tabla resumen:

⁵ Euromonitor: Vegetables in Alemania 2018

Cuadro Nro.7

Estacionalidad de la albahaca fresca o refrigerada por país exportador al mercado de Alemania

País	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic
China	Alta	Alta	Media	Baja	Baja	Baja	Baja	Baja	Baja	Baja	Baja	Baja
Países Bajos	Baja	Baja	Baja	Baja	Alta	Alta	Alta	Baja	Baja	Baja	Baja	Baja
Polonia	Alta	Baja	Alta	Baja	Alta	Baja	Alta	Baja	Alta	Media	Alta	Baja

Alta
Media
Baja

Fuente: TradeMap. Elaboración: Inteligencia de Mercados - PROMPERÚ

Del Cuadro Nro.7, se puede mencionar que de los tres principales proveedores de hortalizas al mercado de Alemania, China tiene una fuerte estacionalidad entre los meses de enero a febrero y el resto del año registro una baja estacionalidad, mientras que Países Bajos tiene una temporada fuerte de Mayo a Julio, por otro lado Polonia si presento recurrencia en meses de fuerte producción a lo largo del año 2018 logrando alcanzar en ese año 8 mil toneladas.

IV. Transporte y logística

4.1. Medios de transporte

Cuadro N° 8.

Tiempo de transporte de Perú a Alemania

Tipo de Ruta	Ruta	Puerto / Aeropuerto de origen	Puerto de destino	Tiempo de tránsito	Frecuencia de salida
Marítima	De Perú a Alemania	Callao	Hamburgo	24 días	SEMANAL
Marítima	De Perú a Alemania	Lima - Callao	Bremerhaven	28 días	SEMANAL

Fuente: [Rutas Marítimas](#), Searates www.searates.com. Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ

4.2. Fletes

Cuadro N° 10.

Tipo de contenedor: Marítimo	Costo aproximado (US\$)
Reffer de 40 pies	\$1,921 - \$2,490
Reffer de 20 pies	\$1,635 - \$2,280

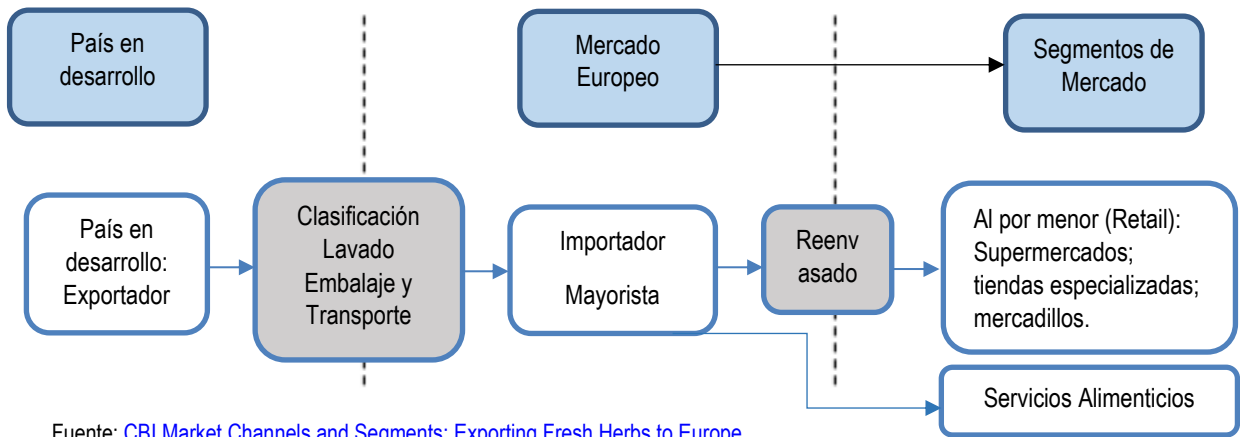
Fuente: [Rutas Marítimas](#), Searates www.searates.com

Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ

V. Canales de distribución

Las grandes cadenas de supermercados participan cada vez más en actividades de abastecimiento, pero la mayor parte del suministro de hierbas frescas proviene de los supervisores aún son manejados por importadores especializados. Las hierbas en macetas frescas de fuentes locales han estado disponibles durante mucho tiempo en centros de jardinería. Hoy en día los supermercados venden las mayores cantidades de hierbas frescas en macetas y centros de jardinería solo un pequeño porcentaje. Mercados callejeros y especializados la venta minorista de verduras frescas también está en el mercado de hierbas frescas, pero su participación en el mercado es mucho menor que la de grandes cadenas minoristas, especialmente en el norte de Europa. Los importadores / distribuidores difieren en su relación con el sector minorista. Algunos son proveedores de productos de marca propia, otros tienen su propia marca, mientras que otros comercializan la marca de un productor (cooperación). Los mayoristas que abastecen el segmento de servicio de alimentos pueden ser importantes para la introducción de nuevos tipos de hierbas frescas. Los restaurantes se distinguen por su creatividad y gusto, y por lo tanto son más receptivos para experimentar con diferentes sabores y hierbas.

Gráfico No. 1. Alemania: Canales de Distribución y Comercialización del Producto



Fuente: [CBI Market Channels and Segments: Exporting Fresh Herbs to Europe](#)
Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERU

VI. Precios

A continuación se detallan algunos precios de la albahaca con valor agregado en Alemania (2019):

Producto	Precio	Oferta
Tesco Basil Medium Pot	£ 1,25 / cada uno	Cualquiera 2 por £ 2.00 Oferta válida para entrega desde 20/08/2019 hasta 02/09/2019
Tesco Cut Basil 30G	£ 0,70 / 0.23 / 10g	
Tesco Basil 18G	£ 0,70 / 0.39 / 10 g	
Tarro de albahaca Schwartz 10G	£ 1,60 / 1.60 £ / 10 g	Cualquiera 2 por £ 2.50 Oferta válida para entrega desde el 10/08/2019 hasta el 27/08/2019

Para mayor información ingresar a: <https://www.tesco.com/groceries/en-GB/search?query=basil>

Fuente: TESCO. Elaboración: Inteligencia de Mercados

Para conocer los precios al consumidor, puede consultar las tiendas en línea o una variedad de cadenas de supermercados como [Tesco](#), [Albert Heijn](#) o [Carrefour](#) (búsqueda: 'hierbas frescas').

VII. Presentaciones con valor agregado de la albahaca

A continuación se mostraran algunas innovaciones (vale decir valor agregado) que se están comercializando a base de la albahaca en el mercado de Alemania:

Cuadro N° 11.

Foto de referencia	Información relevante del producto	
	Nombre Producto	Aceite de condimento con albahaca
	Presentación del producto	Botella de vidrio
	Marca	Vidrio
	Precio	4.39 euros
	País de fabricación	Alemania
	País de distribución	Alemania
	Fecha de lanzamiento	Agosto 2019

Fuente: [Mintel GNPD](#)

VIII. Potencial del producto peruano.

Actualmente el Perú se encuentra en la posición nro. 29^o de exportación de Hortalizas, incl. "silvestres", mezclas de hortalizas, incl. "silvestres", secas, incl. las cortadas en trozos o en rodajas o las trituradas o pulverizadas, pero sin otra preparación (Part.071290) donde se encuentra la albahaca fresca o refrigerada.

Cuadro N° 12. Exportación de la subpartida 0712909000 – Demás Hortalizas, Mezcla de Hortalizas

Principales países de exportación de albahaca fresca o refrigerada peruana al mundo								
(Millones de US\$)								
Principales países de exportación	2014	2015	2016	2017	2018	Var% 18/17	TCP% 14-18	Part%. 2018
Alemania	7	9	7	2	4	100.0%	-13.1%	80%
Estados Unidos	9	1	1	-	1	-	-42.3%	20%
Total general	16	10	8	2	5	150.0%	-25.2%	100%

Fuente: MAPEX. Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ.

Entre las variedades de exportación peruana exportadas al mundo tenemos: la albahaca en cortes fino liofilizada, las cuales son enviadas en cajas. En el 2018 un total de 2 empresas exportaron la subpartida (0712909000 –Demás hortalizas, mezcla de hortalizas)⁷ y al principal empresa que realiza mencionado envío es la Procesadora Agroindustrial La Joya S.A.C. Asimismo, cabe destacar que la principal región de exportación es Arequipa.

⁶ TradeMap (2018)

⁷ Partida arancelaria nacional a 10 dígitos donde encontraremos al producto de la albahaca

IX. Información de interés**1. Ferias del sector alimentos, frutas y hortalizas.****Cuadro N° 13.**

Nombre de la Feria	Website	Duración	Ciudad/ País
ITERASPA 2019	https://bit.ly/2Qbss2c	04 al 05 setiembre del 2019	Hannover - Alemania
IPM ESSEN 2020	https://bit.ly/2SI0zqQ	28 al 31 enero del 2020	Messe Essen - Alemania
FRUIT LOGISTICA 2020	https://bit.ly/2PPGWpr	05 al 07 de febrero del 2020	Berlín - Alemania

Fuente: nferias. Elaboración: Inteligencia de mercados – PROMPERU.

2. Oficinas comerciales en Alemania**Cuadro N° 14.**

Oficina Comercial de Perú en Hamburgo	Sr. Gyco Manuel Gordon Calienes (por encargo)
Dirección	SCHAUENBURGERSTR. 59; 20095, HAMBURGO
Teléfonos	+49 (0)40 524 74960 / 49-1746230277
Email	ggordon@mincetur.gob.pe
Diferencia Horaria	Lima-Peru,PET,UTC -05HRS, Hamburg, Germany,CEST, UTC +02HRS

Fuente: Mincetur. Elaboración: Inteligencia de mercados – PROMPERU.

3. Links de interés:

- Europa Export Helpdesk: <http://exporthelp.europa.eu/>
- Germany Certifier Ecocert: <https://organic-market.info>
- CBI Europa: https://www.cbi.eu/sites/default/files/market_information/researches/product-factsheet-europe-fresh-herbs-2016_final_approved.pdf

4. Bibliografía:

- Fondo Monetario Internacional (FMI): www.imf.org
- Euromonitor International: www.euromonitor.com
- Superintendencia Nacional de Administración Tributaria-Perú: www.sunat.gob.pe
- Doing Business: www.doingbusiness.org
- CIA, The World Factbook: www.cia.gov
- Trading Economics: es.tradingeconomics.com/
- Ministerio de Relaciones Exteriores del Perú: www.rree.gob.pe
- Acuerdos Comerciales del Perú
- World Trade Atlas: <http://www.gtis.com/gta/>
- Market Access Map: www.macmap.org
- Mundo Ferias: www.mundoferias.com/index.html
- Portal Ferias: <http://www.portalferias.com/>
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR) – Perú: www.mincetur.gob.pe

5. Anexos:

Anexo 1. Los principales países exportadores de Hortalizas, incl., "silvestres", mezcla de hortalizas, incl., "silvestres", secas, incl., las cortadas en trozos o en rodajas o las trituradas o pulverizadas, pero sin otra preparación a Alemania (Part. Nro. 071290.)

Cuadro N° 15.

RK	País Socio	Valores US\$ (millones)							
		2014	2015	2016	2017	2018	Var% 18/17	TCP 14-18	Par% 2018
1	China	56	48	70	83	54	-34.6%	0.7%	33%
2	Polonia	28	26	17	23	22	-2.6%	-5.4%	14%
3	Países Bajos	17	17	13	14	13	-6.1%	-5.5%	8%
4	Túnez	1	8	2	8	10	26.5%	-79.6%	6%
5	Italia	12	13	12	10	7	-31.2%	-13.1%	4%
	Otros	58	58	66	58	55	-5.3%	-1.4%	34%
	Total	172	168	179	197	162	-17.5%	-1.4%	100%

Fuente: TradeMap. Elaboración: Inteligencia de mercados – PROMPERÚ

Anexo 2. Los principales países importadores de Hortalizas, incl., "silvestres", mezcla de hortalizas, incl., "silvestres", secas, incl., las cortadas en trozos o en rodajas o las trituradas o pulverizadas, pero sin otra preparación de Alemania (Part. Nro. 071290.)

Cuadro N° 16.

RK	País Socio	Valores US\$ (millones)							
		2014	2015	2016	2017	2018	Var% 18/17	TCP 14-18	Par% 2018
1	Francia	19	15	17	22	17	-21.0%	-2.8%	12%
2	Estados Unidos	15	13	17	21	16	-21.7%	2.4%	12%
3	Países Bajos	12	10	10	11	13	12.2%	2.3%	9%
4	Austria	10	9	11	14	12	-13.0%	4.5%	9%
5	Polonia	11	9	13	13	10	-18.3%	-0.5%	8%
	Otros	73	59	68	79	69	-12.2%	-1.2%	50%
	Total	139	115	136	160	138	-13.5%	-0.2%	100%

Fuente: TradeMap. Elaboración: Inteligencia de mercados - PROMPERÚ