

SERVICIOS AL
EXPORTADOR

información

2015



Estudio de Mercado

Especializado:

Frutas y Hortalizas en
República Checa

prom
perú

Índice

I.	Resumen Ejecutivo.....	3
II.	Alcance del Estudio Especializado: Sector y/o Líneas de Productos.....	3
III.	Análisis de la Oferta en el País de Destino.....	6
3.1	Producción del País de Destino.....	6
3.2	Exportaciones Totales del País de Destino.....	8
3.3	Importaciones Totales del País de Destino.....	9
3.4	Importaciones del País desde Perú.....	11
3.5	Análisis de la Competencia.....	12
IV.	Análisis del Sector / Línea en el Mercado.....	16
4.1	Variedades y Formas de Presentación.....	16
4.2	Canales de Distribución.....	18
4.2.1	Rutas de Acceso.....	18
4.2.2	Costos Logísticos Aproximados.....	19
4.2.3	Principales Agencias de Transporte.....	19
4.3	Canales de Comercialización.....	20
4.4	Precios.....	20
V.	Análisis de la Demanda.....	21
5.1	Perfil del Consumidor.....	21
5.2	Análisis de Tendencias.....	22
5.3	Percepción del Producto Peruano.....	24
VI.	Requisitos de Acceso al Mercado.....	24
6.1	Medidas Arancelarias.....	24
6.2	Regulaciones.....	25
6.3	Otras Regulaciones (Etiquetado / Orgánicos / GMO/ / Envases y Embalajes).....	26
6.4	Certificaciones.....	26
VII.	Actividades de Promoción.....	28
7.1	Ferias.....	28
7.2	Exhibiciones.....	28
7.3	Publicaciones Especializadas.....	29
VIII.	Contacto de Interés.....	29
8.1	Institucionales.....	29
8.2	Comerciales.....	30
IX.	Conclusiones y Recomendaciones.....	30
	Fuentes:.....	31

I. Resumen Ejecutivo

En 2014 la República Checa superó la recesión que había durado dos años. El PIB subió un 2%. El crecimiento del PIB real fue más alto en el de la Eurozona (0,9%) o de la Unión Europea en total (1,3%).

En Chequia hay unos 21000 ha de huertos. La producción es de 300-450 mil toneladas. Las frutas que más se producen en los huertos checos son manzanas, peras, cerezas, ciruelas, melocotones, albaricoques, nueces, frutos secos, grosellas espinosas, grosellas, frambuesas, zarzamoras y fresas.

En la República Checa se cultivan las uvas (19600 ha). La producción principal de vino se concentra en Moravia (un 96% de todos los viñedos). El rendimiento medio es de 5 toneladas/ha. Dos tercios del producto cultivado con las uvas blancas.

Actualmente en la República Checa hay 580 empresas que se dedican al cultivo de hortalizas. La superficie total de cultivo de 280-320 mil toneladas de hortalizas es de 16-17000 ha. La mayor participación en la cosecha general presenta sobre todo la col, zanahoria, coliflor, tomates, guisantes, apio, perejil, col crespita, colinabo, lechugas diferentes, espinaca, rábano, etc. Se cultiva el espárrago en la superficie de 120 ha en Hostíně u Vojkovic.

La exportación de frutas y hortalizas no es muy importante en comparación con los productos industriales. Chequia exporta sobre todo a Alemania, Eslovaquia, Polonia, Reino Unido y Francia.

La participación de las frutas y hortalizas representa un 0,3% (hortalizas) y un 0,4% (frutas) de la importación total. Los países que más exportan a la República Checa son Alemania, China, Polonia, Eslovaquia e Italia. En 2014 la República Checa importó hortalizas por 566,9 millones de dólares y frutas por 691,5 millones de dólares.

La situación en el mercado al por menor está similar a la de los países de Europa Occidental. Las cadenas de supermercados más importantes son Kaufland, Penny Market, Tesco, Albert, Lidl, Makro, Billa, Globus y Coop. Existen también mercadillos y numerosas tiendas especializadas. Los motivos principales de la elección del lugar de compra son la disponibilidad, el surtido, las ofertas y los precios especiales. En comparación con la época antes de la crisis, ha aumentado la importancia de los precios especiales y ofertas.

La República Checa es una ruta de paso entre Europa Occidental y Europa del Este. Hay numerosas empresas transportistas que ofrecen sus servicios a los importadores de otros países y cuentan con gran experiencia en el servicio de transporte.

Los checos todavía comen muy pocas frutas y hortalizas. Son el tercer país europeo con el consumo más bajo. El consumo medio de la dieta diaria de los checos es de 253 g/persona de frutas y hortalizas. Últimamente ha crecido el consumo de uvas, ciruelas y melocotones. En 2014 aumentó el consumo de las frutas tropicales un 38,7% (sobre todo naranjas, mandarinas y frutas tropicales). Se observa el creciente interés de consumidores por tomates y paprika.

Los obstáculos en la cooperación directa entre las empresas peruanas y checas son las grandes partidas de productos que hay que pedir, la necesidad de hacer pedidos con mucha antelación y el riesgo relacionado con el precio. Por eso se recomienda vender a través de los importadores europeos, sobre todo alemanes y holandeses.

Todos los productos que son objeto del presente análisis (café, cacao, jengibre, espárragos, mango, aguacate, uvas, granada, mandarinas y quinoa) son prometedores en el mercado checo. Aunque algunos de ellos no presentan la tendencia al alza, todavía se venden en la República Checa en valores muy importantes. Hay mucha competencia por parte de los fabricantes de otros países pero todavía hay espacio para que las empresas peruanas puedan marcar su presencia con más fuerza.

II. Alcance del Estudio Especializado: Sector y/o Líneas de Productos

Al considerar el perfil de exportación de Perú por una parte, y por la otra los productos que más se importa a República Checa, tanto como la estructura de comercio existente entre ambos países, se ha elegido un grupo de productos que potencialmente pueden tener mucho éxito al entrar al mercado checo.

1. UVAS

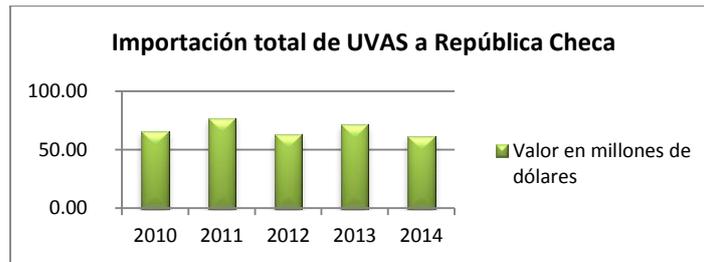


Gráfico 1 Importación total de uvas a República Checa 2010-2014

Fuente: Český statistický úřad (Oficina de Estadísticas de República Checa)

La importación de uvas a Chequia es bastante estable y oscila entre 61 y 77 millones de dólares en los últimos 5 años. Los países de origen de importación checa en 2014 de la uva fresca fueron Italia, Alemania, Holanda y la India.

2. ESPÁRRAGOS



Gráfico 2 Importación total de espárragos a República Checa 2010-2014

Fuente: Český statistický úřad (Oficina de Estadísticas de República Checa)

El espárrago es cada vez más popular entre los consumidores checos. Cabe subrayar que aumenta el consumo de la producción local. El único fabricante checo de espárrago – compañía Český chřest – lo cultiva en un área de 100 ha. En 2014 duplicaron la superficie de su cultivo, por lo tanto la importación de espárrago ha disminuido.¹

3. AGUACATES



Gráfico 3 Importación total de aguacates a República Checa 2010-2014

Fuente: Český statistický úřad (Oficina de Estadísticas de República Checa)

La importación de aguacates aumentó en los últimos años. Esta tendencia es una oportunidad para los fabricantes nuevos. Actualmente los países que más venden los aguacates a República Checa son Israel, Sudáfrica, Perú y Alemania.

4. QUINOA

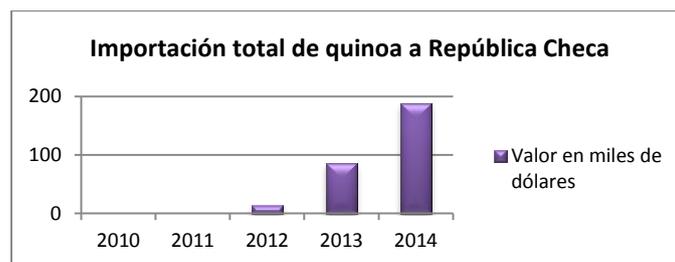


Gráfico 4 Importación total de quinoa a República Checa 2010-2014

Fuente: Český statistický úřad (Oficina de Estadísticas de República Checa)

¹ http://www.rozhlas.cz/zpravy/priroda/_zprava/sklizen-chrestu-je-v-hostine-u-vojkovic-na-melnicku-v-plnem-proudu--1218216

La importación de quinoa apareció en el año 2012. Antes no se registró ninguna compra de este producto. Su popularidad aumenta por la promoción de quinoa como producto alimenticio sano y ecológico. Se nota que el mercado se abre para este artículo, siendo una oportunidad de los fabricantes peruanos. Actualmente se lo importa de Alemania, Ecuador, Perú y Bolivia.

5. CACAO

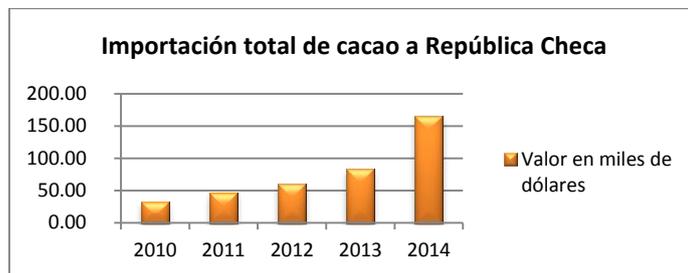


Gráfico 5 Importación total de cacao a República Checa 2010-2014

Fuente: Český statistický úřad (Oficina de Estadísticas de República Checa)

Se importa cacao de diferentes partes del mundo (Indonesia, Ecuador, Sáhara Occidental). Como se puede observar, la importación aumenta, aunque el crecimiento brusco de 2014 puede estar relacionado con el incremento del precio de este producto en los mercados mundiales².

6. MANGO

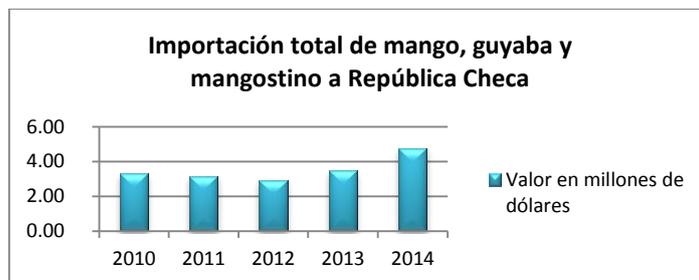


Gráfico 6 Importación total de mango, guayaba y mangostino a República Checa

Fuente: Český statistický úřad (Oficina de Estadísticas de República Checa)

Actualmente la importación de mango está en crecimiento. Es el resultado de los cambios en mentalidad del consumidor que cada vez más se dirige a productos exóticos ya disponibles. Se lo compra sobre todo de Brasil, Israel, España, Alemania y Perú.

7. GRANADA

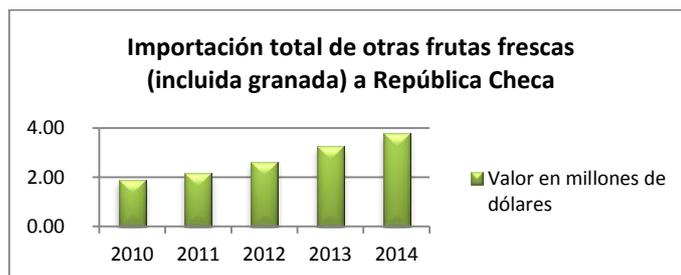


Gráfico 7 Importación total de otras frutas frescas (entre ellos granada) a República Checa 2010-2014

Fuente: Český statistický úřad (Oficina de Estadísticas de República Checa)

La granada es un producto muy popular en el mercado checo. Su importación crece constantemente. Los exportadores de esta fruta presentes en relaciones comerciales con la República Checa son España, Alemania, Madagascar y Vietnam.

8. JENGIBRE

² http://www.kurzy.cz/komodity/kakao-graf-vyvoje-ceny/nr_index.asp?A=5&idk=1&od=23.7.2012&curr=USD&default_curr=USD&unit=&lg=1

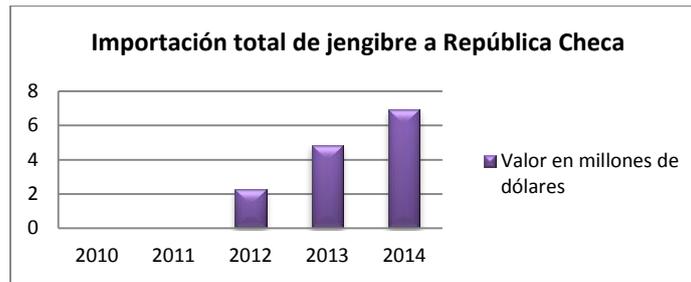


Gráfico 8 Importación total de jengibre a República Checa 2010-2014

Fuente: Český statistický úřad (Oficina de Estadísticas de República Checa)

El jengibre es un producto que se empezó a importar a República Checa desde hace poco. La información de los volúmenes de la importación aparece a partir de 2012. Desde entonces se observa una tendencia creciente. Es una gran oportunidad para los exportadores, también para fabricantes peruanos. Hasta ahora se ha importado jengibre de China, Perú, Holanda y Camboya.

9. CAFÉ

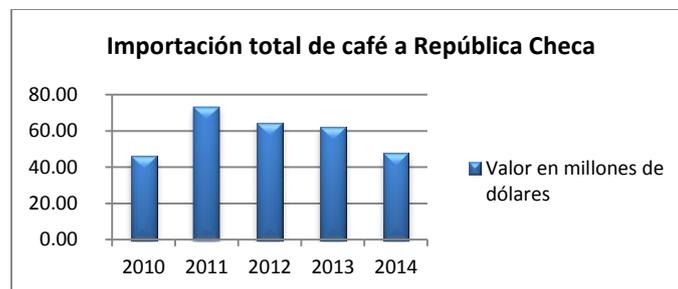


Gráfico 9 Importación total de café a República Checa 2010-2014

Fuente: Český statistický úřad (Oficina de Estadísticas de República Checa)

El café es un producto muy consumido, aunque durante los últimos años se observa un pequeño descenso. Pero todavía es el artículo con una posición fuerte en el mercado, por eso vale la pena analizar los nuevos caminos de acceso para los fabricantes peruanos. Actualmente República Checa importa la mayoría del café de Brasil, Vietnam, Honduras y Perú.

10. MANDARINAS



Gráfico 10 Importación total de mandarinas a República Checa 2010-2014

Fuente: Český statistický úřad (Oficina de Estadísticas de República Checa)

Los valores de importación de mandarinas a la República Checa bajan, pero hay que tener en cuenta que todavía mantienen la posición muy fuerte entre los cítricos importados a este país. Por eso se ha decidido analizarlas como las frutas con mucho potencial en el mercado checo para las empresas peruanas. En el 2014 los que más importaron las mandarinas a Chequia fueron España, Croacia, Alemania e Italia.

III. Análisis de la Oferta en el País de Destino

3.1 Producción del País de Destino

En 2014 la República Checa superó la recesión que había durado dos años. El PIB subió un 2%. El crecimiento del PIB real fue más alto en el de la Eurozona (0,9%) o de la Unión Europea en total (1,3%).

El sector de agricultura en 2014, según las estadísticas oficiales, formó un 1,82% del valor añadido bruto de los precios base (lo que significa un crecimiento anual de un 0,01%). En cuanto a la industria alimenticia, la participación del valor añadido bruto descendió un 0,02% hasta 2,25%. Si hablamos del VAB en precios fijos del 2010, el sector agrícola subió un 0,05% y la industria alimentaria bajó un 0,03%.

El desarrollo de los precios de fabricantes agrícolas en 2014 presentó un descenso de un 3,7% (producción agrícola, incluida la producción de pescados) y es el descenso mayor que bajada de precios de insumos en agricultura (1,3%).

En cuanto a la agricultura ecológica, a finales de 2014 en la República Checa hubo 3870 agricultores ecológicos, un poco menos que el año anterior. Al mismo tiempo creció el número de los fabricantes de alimentos ecológicos (506 fabricantes, estado del 31 de diciembre de 2014). En 2014, un 11,7% de la superficie cultivada eran los cultivos ecológicos, casi igual que en 2013. Redujo la superficie de cultivo en general, aunque no mucho, hacia 56555 ha y aumentó la superficie de los terrenos verdes (413213 ha). La agricultura ecológica en República Checa tiene una tradición bastante larga. Las normas de la agricultura ecológica se regulan mediante las regulaciones nacionales y europeas. El 1 de enero de 2012 entró en vigor la ley n° 344/2011 Sb. que modifica la ley sobre la agricultura ecológica n° 242/2000 Sb. Los cambios tienen como objetivo simplificar la gestión administrativa en el sector. Además existe el reglamento del Consejo (CE) n° 834/2007 y su reglamento ejecutivo n° 889/2008 que son la base para las regulaciones nacionales.

La superficie total del cultivo de cereales en la República Checa en 2014 (1409,6 mil ha) fue casi igual que el año anterior. La mayoría de la superficie la formó el cultivo de trigo (835,9 mil ha, es decir, un 59,3% de la superficie total) y cebada (350,5 mil ha, un 24,9%). El tercer cereal más importante es el maíz (98,7 mil ha, un 7,0% de la superficie total). En cuanto a otros especies de cereales, cabe enumerar el trigo (48,5 mil ha, un 3,4%), avena (42,3 mil ha, un 3,0%), centeno (25,1 mil ha, un 1,8%) y otros, como mijo, sorgo y alforfón (en total 8,5 mil ha, un 0,6% de la superficie).

La cosecha de cereales en 2014 fue de 8779,3 mil toneladas, un 16,9% más que en el año anterior. Es el tercer mejor resultado en los últimos 25 años (tras las cosechas récord en 1990 y 2004). La mayor participación la formaron trigo (5442,3 mil toneladas, un 62% de la producción total), cebada (1967 mil toneladas, un 22,4%) y maíz (832,3 mil toneladas, un 9,5%).

En 2014 en la República Checa otra vez se observó un descenso importante del cultivo del maíz genéticamente modificado (un 68,5% hasta 1754 ha). El motivo de esta situación es la venta bastante problemática. Este producto tiene que separarse de la producción regular y etiquetarse como un producto OMG. El maíz Bt sirve de piensos para animales y como material técnico, y no puede usarse para los fines alimenticios.

Según los datos estadísticos oficiales, en 2014 la producción total de frutas en la República Checa fue de 325 mil toneladas. En comparación con el año 2013, fue un 4% más (el mejor resultado desde hace 5 años). Sobre todo aumentó la producción de cerezas (un 43%, 10,7 mil toneladas), fresas (un 30%, 10,3 mil toneladas), nueces (un 26%, 6,3 mil toneladas), ciruelas (un 15%, 36,3 mil toneladas). Creció también el cultivo de la grosella espinosa (un 76%, 4 mil toneladas). Descendió la producción de albaricoques (un 46%, 6,7 mil toneladas) y melocotones (un 23%, 7,3 mil toneladas). Las condiciones climáticas desfavorables afectaron la cosecha de peras que redujo un 28% hasta 12,4 mil toneladas.

Por otro lado, la superficie de cultivo de hortalizas en la República Checa en 2014 aumentó un 6,3% (13,4 mil ha). Se observó la mayor participación de cultivo de cebolla (16%), guisante (10%), col (10%) y zanahoria (8%). El cultivo de rábano creció significativamente (un 55% hasta 273 ha), igual que perejil (26%, 452 ha), ajo (16%, 425 ha) y col (14%, 155 ha). Se observó también un incremento de superficie de cultivo de cebolla (de un 11% hasta 2,205 ha), zanahoria (11%, 1,053 ha) y pepino al aire libre (11%, 1048 ha).

En Chequia hay unos 21000 ha de huertos. La producción total depende del clima y durante la temporada es de 300-450 mil toneladas. Las frutas que más se producen en los huertos checos son manzanas, peras, cerezas, ciruelas, melocotones, albaricoques, nueces, frutos secos, grosellas espinosas, grosellas, frambuesas, zarzamoras y fresas.

Producción total de frutas en 2012	300 035 t				
huertos de producción	138 205 t	46%	otros huertos	161 830 t	54%
frutas frescas	66 925 t	49%	para procesado	67 989 t	42%
para procesado	70 837 t	51%	consumo propio	61 870 t	38%
otros	443 t	0%	otros	31 971 t	20%

Tabla 1 Producción de frutas en huertos en la República Checa en 2012

Actualmente en la República Checa hay 580 empresas que se dedican al cultivo de hortalizas (disponen de terrenos de 0,5 a 700 ha). La superficie total de cultivo de unas 280-320 mil toneladas de hortalizas es de 16-17000 ha. La mayor participación en la cosecha general presenta sobre todo la col, zanahoria, coliflor, tomates, guisantes, apio, perejil, col crespa, colinabo, lechugas diferentes, espinaca, rábano, etc³.

El espárrago se cultiva en la superficie de 120 ha en Hostině u Vojkovic. El año que viene tienen planeado aumentar la superficie de producción hasta 200 ha. Se prevé que en 2015 la producción de espárragos será de 500-600 toneladas, de los que un 4/5 será el espárrago blanco⁴.

El material utilizado en la industria alimentaria son los productos locales (de agricultura, silvicultura e industria pesquera) y los productos de importación. Las plantas procesadoras se sitúan cerca de las materias primas o cerca de los consumidores. La industria alimentaria está concentrada sobre todo en la región de Moravia y Hana, y cerca de las ciudades grandes, es decir, Praga, Brno, Plzeň, Ostrava, České Budejovice y Opava.

Actualmente la producción de dulces en la República Checa está en manos de las empresas extranjeras, como Nestlé, por ejemplo. Vende los productos bajo la marca Orion cuya planta de producción se encuentra en Praga. La compañía Mars produce en Poříčí nad Sázavou y ofrece amplia gama de productos que contienen cacao, tales como Mars, Bounty, Twist, etc. En Opava, en el norte de la región de Moravia, se producen los dulces bajo la marca OPAVIA que también se caracterizan por el contenido muy elevado de cacao.

3.2 Exportaciones Totales del País de Destino

En cuanto a la exportación general de la República Checa, sobre todo se venden las máquinas, vehículos y manufacturas de fundición. La exportación de frutas y hortalizas no es muy importante en comparación con los productos industriales. Chequia exporta sobre todo a Alemania, Eslovaquia, Polonia, Reino Unido y Francia. El gráfico de abajo presenta la exportación de las hortalizas desde la República Checa en millones de dólares:

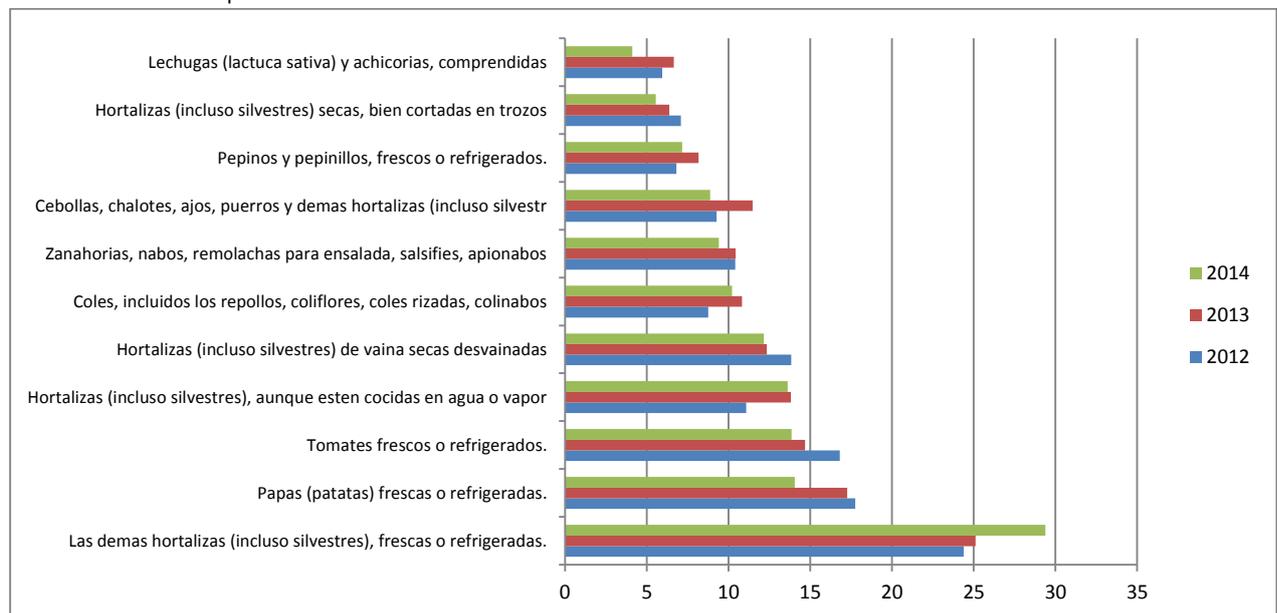


Gráfico 11 Lista de los productos exportados por República Checa del código arancelario: 07 Legumbres y hortalizas, plantas, raíces y tubérculos alimenticios (en millones de dólares)

Fuentes: Cálculos del CCI basados en estadísticas de UN COMTRADE

Tal como se puede observar, en el gráfico ni se muestra la exportación de los espárragos porque presentan cifras muy bajas. En 2012 se exportó espárragos por 322 mil dólares, en 2013 por 233 mil dólares y en 2014 por 203 mil dólares. Se vende sobre a todo a Eslovaquia.

En cuanto a las frutas, la estructura de la exportación se presenta de la siguiente manera:

³ <http://eagri.cz/public/web/mze/zemedelstvi/roslinne-komody/ovoce-a-zelenina/?fullArticle=1>

⁴ <http://www.foodology.cz/zeleny-chrest-z-hostina-vstupuje-hry-svezi-duraznejsi/>

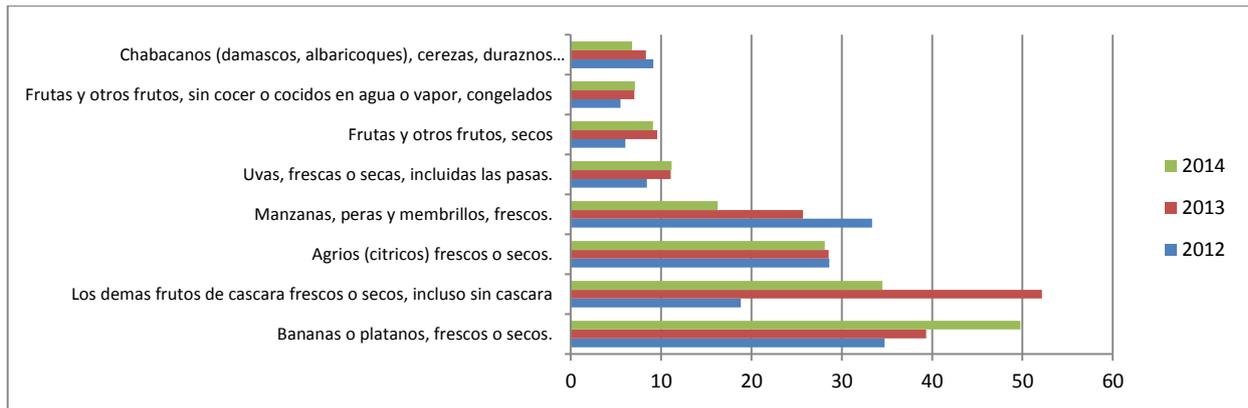


Gráfico 12 Lista de los productos exportados por República Checa del código arancelario: 08 Frutos comestibles; cortezas de agrios o de melones (en millones de dólares)

Fuentes: Cálculos del CCI basados en estadísticas de UN COMTRADE.

De la República Checa se exporta las uvas (8,4 millones de dólares en 2012, 11 millones de dólares en 2013 y 11,1 millones de dólares en 2014), mandarinas (10,7 millones de dólares en 2012, 8,4 millones de dólares en 2013 y 6,7 millones de dólares en 2014), aguacates (183 mil dólares en 2012, 692 mil dólares en 2013 y 1548 mil dólares en 2014), mango (555 mil dólares en 2012, 682 mil dólares en 2013 y 1049 mil dólares en 2014) y granada (0,9 millones de dólares en 2012, 1,7 millones de dólares en 2013 y 2,1 millones de dólares en 2014). Se trata sobre todo de reexportación. Observamos una fuerte tendencia al alza de exportación de aguacates, mango y granada.

En cuanto a los productos bajo la clasificación 09 (café, té, yerba mate y especias), el gráfico de abajo muestra los valores de exportación desde la República Checa:

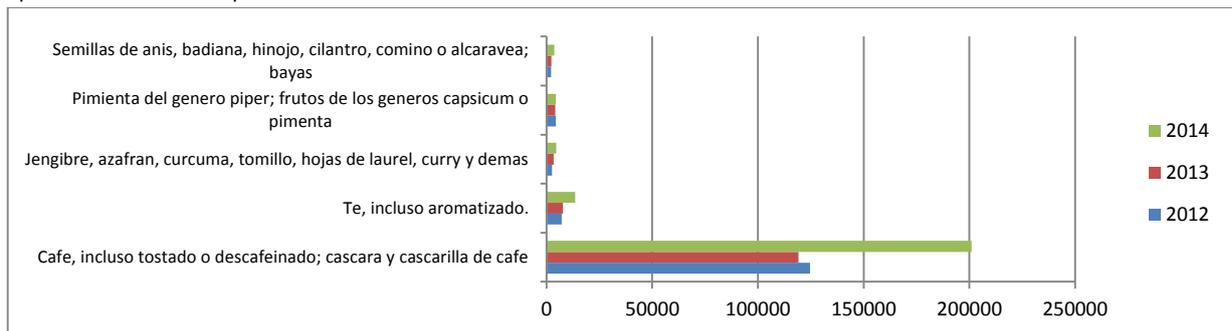


Gráfico 13 Lista de los productos exportados por República Checa 09 Café, té, yerba mate y especias (en miles de dólares)

Fuentes: Cálculos del CCI basados en estadísticas de UN COMTRADE.

En 2012 de la República Checa se exportó el jengibre por 478 mil dólares, en 2013 ya por 1,1 millones de dólares y en 2014 por 2,2 millones de dólares). Aunque las cifras no son tan altas como en caso del café, se observa una tendencia al alza muy importante. En cuanto al café (código arancelario: 0901), en 2012 se exportó el producto por 122,4 millones de dólares, en 2013 por 116,1 millones de dólares y en 2014 por 226,1 millones de dólares. Si hablamos del producto más concreto como café sin tostar y sin descafeinar (código arancelario: 090111), las cifras son las siguientes: 673 mil dólares en 2012, 15,3 millones de dólares en 2013 y 2,8 millones de dólares en 2014.

En cuanto al cacao en grano, en 2012, la República Checa exportó el producto por 10 mil dólares, en 2013 por 67 mil dólares y en 2014 por 114 mil dólares. Se vende sobre todo a Italia, Eslovaquia y Alemania. El producto en polvo (código arancelario: 1805) se vendió en 2012 por 4,4 millones de dólares, en 2013 por 3,6 millones de dólares y en 2014 por 2 millones de dólares.

El último producto que es el objeto del presente análisis, la quinoa, empezó a exportarse de la República Checa en 2012 (valió 3 mil dólares). En 2013 se vendió el producto por 23 mil dólares y en 2014 por 31 mil dólares.

3.3 Importaciones Totales del País de Destino

La República Checa importa sobre todo las máquinas, vehículos y combustibles. La participación de las frutas y hortalizas no tiene mucha importancia si hablamos de los valores de importación. Representan un 0,3% (hortalizas) y un 0,4% (frutas) de la compra total. Los países que más exportan a la República Checa son Alemania, China, Polonia, Eslovaquia e Italia.

En general a la República Checa en 2012 se importó hortalizas por 515,6 millones de dólares, en 2013 por 597 millones de dólares y en 2014 por 566,9 millones de dólares. A continuación se presenta el gráfico que muestra la estructura de la importación checa de las hortalizas más importantes en cuanto a los valores de compra (en millones de dólares):

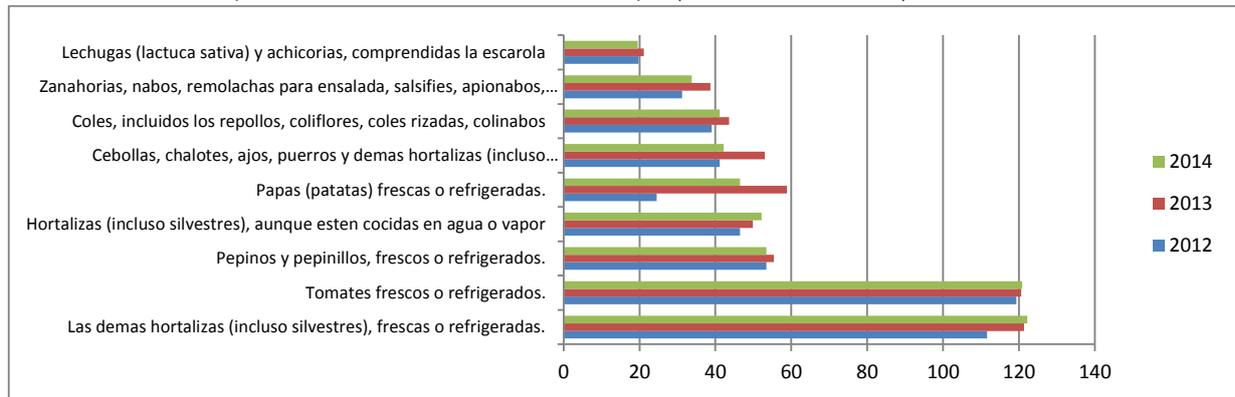


Gráfico 16 Lista de los productos importados por República Checa del código arancelario: 07 Legumbres y hortalizas, plantas, raíces y tubérculos alimenticios en 2012-2014 (en millones de dólares)

Fuentes: Cálculos del CCI basados en estadísticas de UN COMTRADE.

Tal como bien se puede observar en la importación dominan las hortalizas bajo el número arancelario 0709 (alcachofas, espárragos, berenjenas, apios, setas, pimientos, etc.) y tomates. Los valores de la compra son más o menos estables y oscilan alrededor de 120 millones de dólares.

La importación de espárragos en 2014 fue de 1,4 millones de dólares, un poco menos que en 2013 (1,6 millones de dólares) y en 2012 (1,8 millones de dólares). Es poco en comparación con otros tipos de hortalizas.

En cuanto a las frutas, los valores de importación en 2012 representaron 641,4 millones de dólares, en 2013 unos 708,4 millones de dólares y en 2014 unos 691,5 millones de dólares. Las frutas más importadas son los cítricos (unos 20%), seguidas por plátanos, uvas y frutos bajo de código arancelario 0802 (almendras, nueces, castañas, etc.).

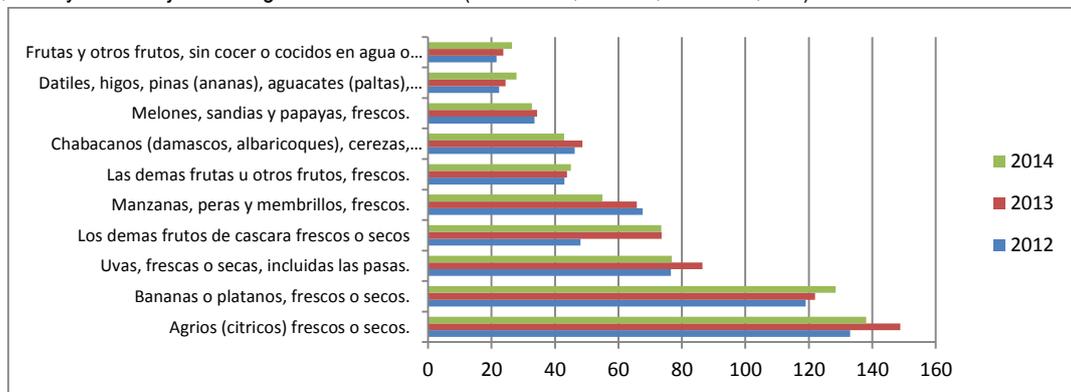


Gráfico 14 Lista de los productos importados por República Checa del código arancelario: 08 Frutos comestibles; cortezas de agrios o de melones en 2012-2014 (en millones de dólares)

Fuentes: Cálculos del CCI basados en estadísticas de UN COMTRADE.

A la República Checa se importa muchas mandarinas, aunque los valores últimamente han bajado. En 2012, compró mandarinas del valor de 48,7 millones de dólares, en 2013 de 47,4 millones de dólares y en 2014 de 43,6 millones de dólares. Los compran sobre todo de España que desde hace ya muchos años prácticamente no tiene ningún otro competidor importante en este sector.

La uva es otra fruta que se caracteriza por grandes niveles de importación a la República Checa. En 2012 los checos compraron el producto por 63,4 millones de dólares, en 2013 por 71,4 millones de dólares y en 2014 por 61,7 millones de dólares. En este caso el país exportador líder sigue siendo Italia.

La importación de aguacate a la República Checa crece cada año. En 2012 la compra de esta fruta fue de 2 millones de dólares, en 2013 ya de 3,6 millones de dólares y en 2014 de 5 millones de dólares. Sudáfrica y Israel son los dos países que dominan en la exportación de este producto a Chequia.

La importación de mango también es cada vez más importante. El valor de importación a la República Checa en 2012 fue de 2,9 millones de dólares, en 2013 de 3,5 millones de dólares y en 2014 de 4,8 millones de dólares y se realizó sobre todo de Brasil.

La compra de granada realizada por la República Checa también crece, pero no la misma dinámica como los productos mencionados anteriormente. No hay datos estadísticos que nos den informaciones sólo de la importación de granada. Sólo podemos hablar de todo el grupo de productos bajo el código arancelario 081090. En 2012, se compró esa fruta por 5,5 millones de dólares, en 2013 por 5,8 millones de dólares y en 2014 por 6,9 millones de dólares. Sobre todo se compró desde España.

Entre los productos que se encuentran dentro del grupo del código arancelario 09 (café, té, yerba mate y especias) que se importan a la República Checa destaca sobre todo el café. Los volúmenes de compra son muy importantes (más de 250 millones de dólares en 2014). La estructura de importación en 2012-2014 se presenta de la manera siguiente:

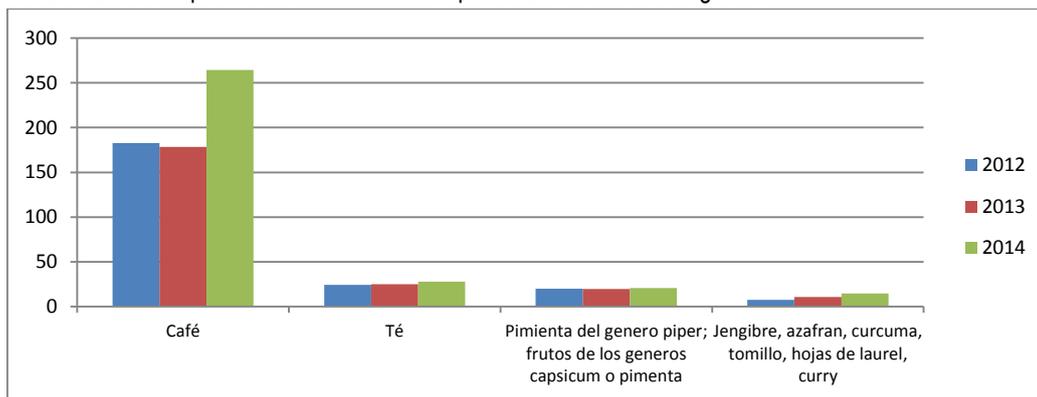


Gráfico 15 Lista de los productos importados por República Checa del código arancelario: 09 Café, té, yerba mate y especias en 2012-2014 (en millones de dólares)

Fuentes: Cálculos del CCI basados en estadísticas de UN COMTRADE.

El café bajo el código arancelario 0901 se importa a la República Checa sobre todo de Polonia (73,7 millones de dólares) y Alemania (65,9 millones de dólares). Los siguientes países exportadores venden ya mucho menos (Italia: 18,2 millones de dólares, Brasil: 17,2 millones de dólares). Si hablamos de los productos concretos, sobre todo se vende el café tostado, sin descafeinar (110-220 millones de dólares en 2012-2014) y sin tostar, sin descafeinar (64-49 millones de dólares).

La importación de jengibre (código arancelario: 091011) crece cada año. En 2012 se importó el producto del valor de 2,3 millones de dólares, en 2013 por 4,8 millones de dólares y en 2014 por 6,9 millones de dólares. Es poco en comparación con el café, pero la tendencia al alza es muy significativa.

En cuanto al cacao, es otro producto que se importa mucho a la República Checa. Sobre todo se compra chocolate y demás preparaciones alimenticias que contengan cacao (347-394 millones de dólares en 2012-2014). El segundo lugar lo ocupa manteca, grasa y aceite de cacao, seguida por pasta de cacao. Lo que más nos interesa es productos en polvo (código arancelario: 1805) y en grano (1801). Los valores del cacao en polvo en los últimos años bajaron de 16,7 millones de dólares en 2012 a 10,1 millones de dólares en 2014. La importación del cacao en grano presentó una tendencia contraria: creció de 84 mil dólares en 2012 a 186 mil dólares en 2014.

La importación de quinoa crece cada año y es el resultado de las nuevas tendencias de alimentación que vienen de Europa Occidental. Se empezó a importarla en 2012 empezando con 14 mil dólares, llegando hasta 188 mil dólares en 2014. Por el momento se la importa sobre todo de Alemania.

3.4 Importaciones del País desde Perú

En 2014 la República Checa importó desde Perú mercancías del valor total de 21,9 millones de dólares. Es un poco más que en los años anteriores: en 2013 compró productos por 18,2 millones de dólares y en 2012 por 17,6 millones de dólares.

Estructura de importación de los productos más importantes en millones de dólares:

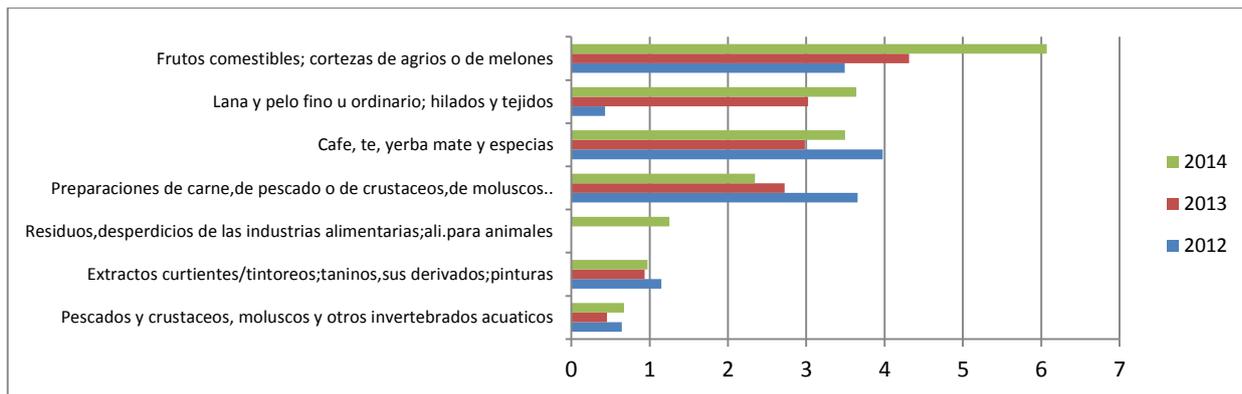


Gráfico 16 Comercio bilateral entre República Checa y Perú en 2012-2014 según productos más importados (en millones de dólares)
Fuentes: Cálculos del CCI basados en estadísticas de UN COMTRADE.

En cuanto a los productos, objeto del presente análisis, el producto más importado en 2014 fue la uva fresca. Antes el producto que presentaba los mayores volúmenes de importación era café. En la tabla de abajo podemos observar que la compra de Perú de casi todos los productos elegidos crece cada año, excepto de café, mango, espárragos y mandarinas. La venta de mandarinas y espárragos descendió en 2013 pero volver a incrementar en 2014. La situación contraria toca la venta de mango: incrementó en 2013 y en 2014 volvió a los niveles más bajos. La importación del café baja con cierta regularidad pero es un productos que sigue siendo uno de los más importantes en cuanto al comercio bilateral entre Perú y la República Checa.

A continuación se presentan los valores de importación de los productos elegidos de Perú a la República Checa en 2012-2014:

Código arancelario	Nombre del producto	2012	2013	2014
090111	Café sin tostar, sin descafeinar	3968	2968	2597
080610	Uvas frescas	1879	2549	3478
080520	Mandarinas	863	780	1322
080450	Mango	382	437	348
080440	Aguacate	189	412	666
070920	Espárragos	375	286	366
180500	Cacao en polvo	18	35	77
190100	Cacao en grano	1	6	36
081090	Granada	9	17	74
091011	Jengibre	5	5	881
100850	Quinoa	0	0	14

Tabla 2 Valores de importación de los productos elegidos de Perú a la República Checa en 2012-2014 (en miles de dólares)
Fuente: Datos obtenidos en <http://apl.czso.cz/pll/stazo/STAZO.STAZO?jazyk=EN&prvni=N>

3.5 Análisis de la Competencia

El cacao es un producto muy consumido en la República Checa. Si hablamos del producto en polvo (código arancelario 1805), se observa un descenso importante. En 2011 se importó al país el producto del valor de más de 28 millones de dólares, en 2012 del valor de más de 16 millones, en 2013 de más de 13 millones y en 2014 sólo de un poco más de 10 millones. Se lo importa sobre todo de los Países Bajos (unos 45%) y después de Alemania, Francia y Polonia. Perú ocupa el decimosegundo lugar con el valor de 79 miles de dólares en 2014 (frente a 36 mil dólares en 2013 y 21 mil dólares en 2012).

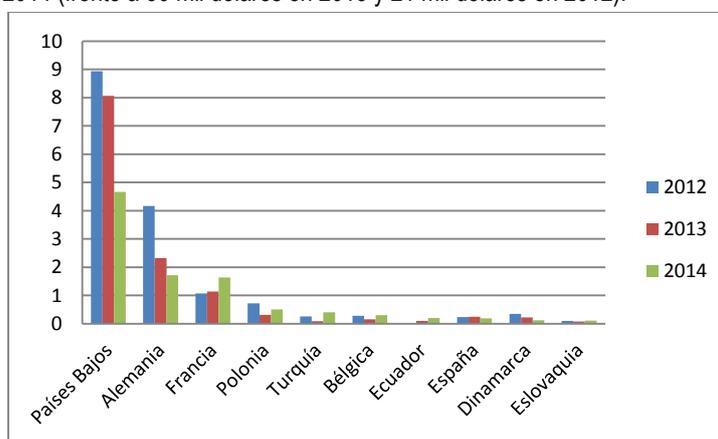


Gráfico 17 Importación de cacao en polvo (código arancelario 1805) a la República Checa en 2012-2014 según países exportadores más importantes (en millones de dólares)
Fuentes: Cálculos del CCI basados en estadísticas de UN COMTRADE.

Si hablamos del producto en grano (código arancelario 1801), su importación a la República Checa en cuanto a los valores no es tan grande como la del producto en polvo, pero presenta una tendencia al alza. En 2014 la República Checa compró el producto por 186 mil dólares (frente a 100 mil dólares en 2013 y 84 mil dólares en 2012). Actualmente Perú es el país líder que exporta el cacao en grano a la República Checa (36 mil dólares en 2014), justo delante de Indonesia y Ecuador. Tal como se puede observar en el gráfico de abajo, la importancia de la Costa de Marfil descendió muy significativamente.

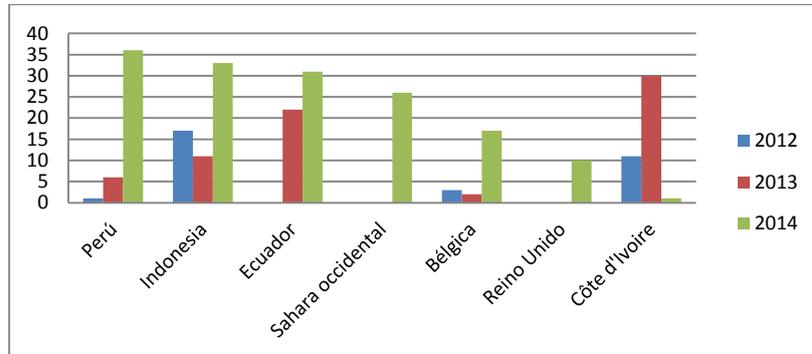


Gráfico 18 Importación de cacao en grano (código arancelario 1801) a la República Checa en 2012-2014 según países exportadores más importantes (en miles de dólares)

Fuentes: Cálculos del CCI basados en estadísticas de UN COMTRADE.

El valor de la importación de uvas frescas (código arancelario: 080610) varía un poco pero es de volúmenes importantes. En 2012 a la República Checa se importó las uvas del valor de más de 63 millones de dólares, en 2013 de más de 71 millones de dólares y en 2014 de más de 61 millones de dólares. Más producto se importa desde Italia (unos 35%), Alemania y Holanda. Perú ocupa el sexto lugar según los datos del 2014.

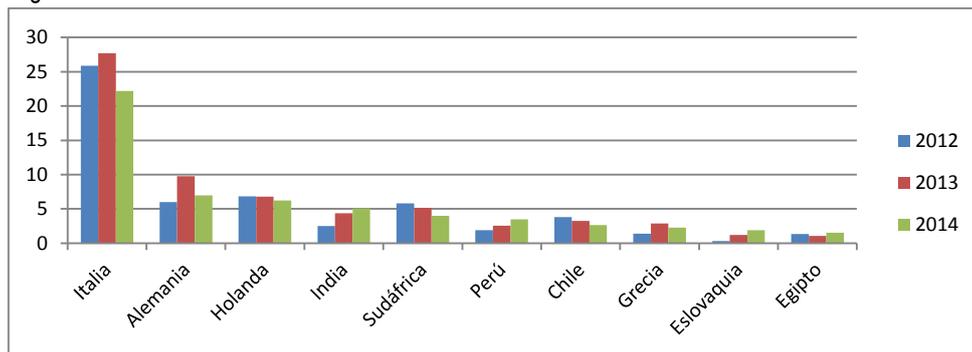


Gráfico 19 Importación de uvas frescas (código arancelario 080610) a la República Checa en 2012-2014 según países exportadores más importantes (en millones de dólares)

Fuente: Datos obtenidos en <http://apl.czso.cz/pll/stazo/STAZO.STAZO?jazyk=EN&prvni=N>

Perú es el país exportador líder en cuanto a la importación de espárragos a la República Checa (producto fresco y refrigerado, código arancelario: 070920). En 2014 Perú vendió a Chequia los espárragos del valor 366 mil dólares de 1,412 millones de dólares en total, es decir, casi un 26%. En 2013 el país importó el producto por 1,571 millones de dólares y en 2012 por 1,847 millones. Otros países de los que se importa son Alemania, Eslovaquia y Hungría. Si hablamos del producto procesado, o sea, en conserva (código arancelario: 200560), en 2012 la República Checa compró los espárragos del valor de 214 mil dólares, en 2013 de 230 mil dólares y en 2014 de 258 mil dólares (sobre todo de China, Alemania y España).

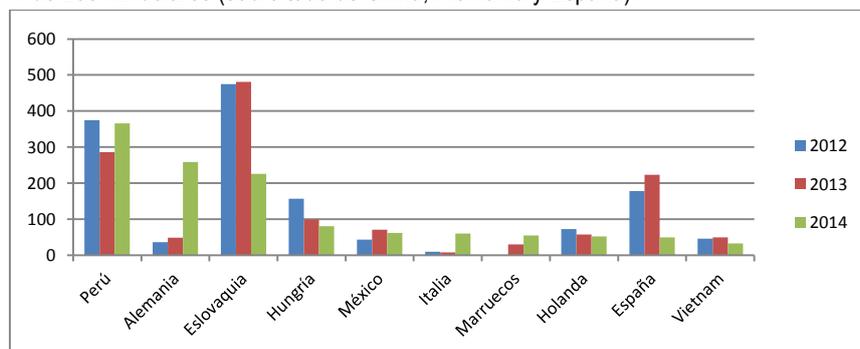


Gráfico 20 Importación de espárragos (código arancelario 070920) a la República Checa en 2012-2014 según países exportadores más importantes (en miles de dólares)

Fuente: Datos obtenidos de <http://apl.czso.cz/pll/stazo/STAZO.STAZO?jazyk=EN&prvni=N>

En 2014 a la República Checa se importó aguacates del valor de 5 millones dólares (frente a 3,6 millones de dólares en 2013 y 2 millones dólares en 2012). Se puede observar una tendencia al alza muy importante. Desde hace un par de años Perú ocupa el tercer lugar en cuanto a la cantidad del producto importado (fresco o refrigerado). Los líderes son Israel y Sudáfrica. El mercado todavía no está saturado.

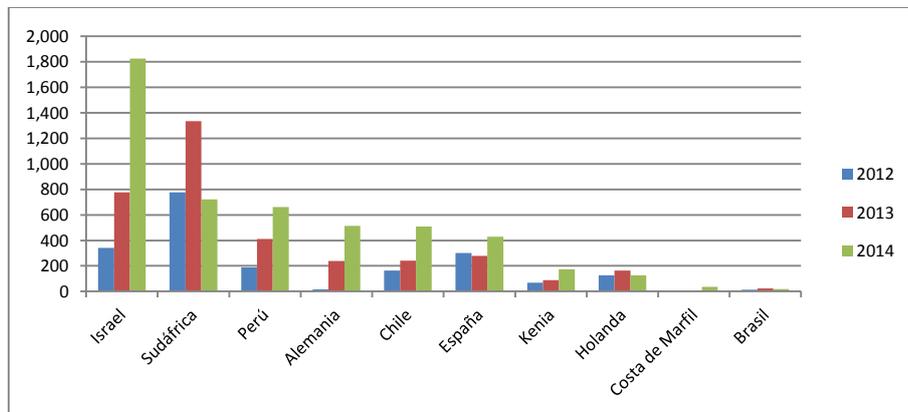


Gráfico 21 Importación de aguacates (código arancelario 080440) a la República Checa en 2012-2014 según países exportadores más importantes (en miles de dólares)

Fuente: Datos obtenidos en <http://apl.czso.cz/pll/stazo/STAZO.STAZO?jazyk=EN&prvni=N>

La importación de quinoa a la República Checa crece constantemente. Es un producto bastante nuevo en el mercado checo pero muy prometedor, tal como en caso de otros países de la Europa Central. En 2012 se importó a Chequia desde Alemania la quinoa por 14 mil dólares, para el año siguiente comprar ya por 86 mil dólares y en 2014 por 188 mil dólares, añadiendo nuevos países exportadores.

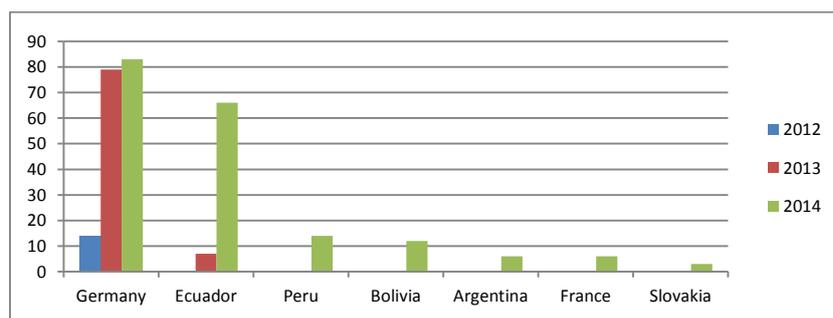


Gráfico 22 Importación de quinoa (código arancelario 100850) a la República Checa en 2012-2014 según países exportadores más importantes (en miles de dólares)

Fuente: Datos obtenidos en <http://apl.czso.cz/pll/stazo/STAZO.STAZO?jazyk=EN&prvni=N>

Crece la importación de mangos a la República Checa. En 2012 se compraron casi 3 millones de dólares, en 2013 por casi 3,5 millones de dólares y en 2014 ya por 4,8 millones de dólares. El país exportador más importante es Brasil (29%), pero también España (11%) y últimamente Israel (un 15% en 2014). Perú ocupa el quinto lugar en cuanto a los valores de venta.

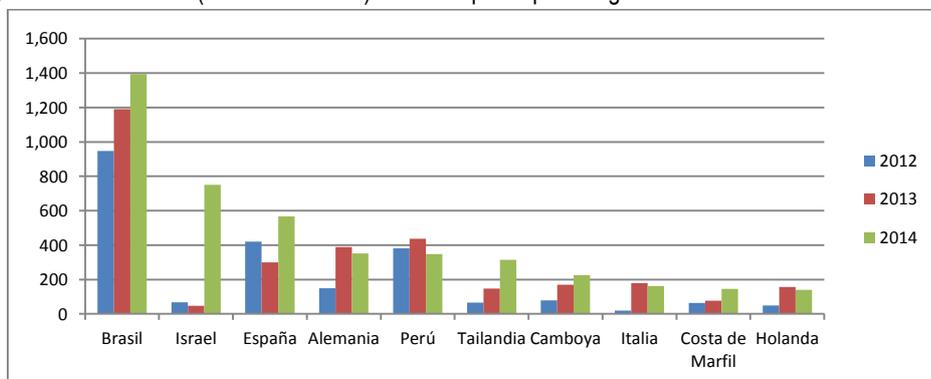


Gráfico 23 Importación de mango (código arancelario 080450) a la República Checa en 2012-2014 según países exportadores más importantes (en miles de dólares)

Fuente: Datos obtenidos en <http://apl.czso.cz/pll/stazo/STAZO.STAZO?jazyk=EN&prvni=N>

Las granadas de clasifican bajo el código arancelario 081090. Es grupo de productos que se caracteriza por una tendencia al alza en la República Checa. El valor de importación en 2012 fue de 5,5 millones de dólares, en 2013 de 5,8 millones de dólares y en

2014 de 6,9 millones de dólares. Se importa sobre todo de España (35%) que tiene una posición dominante entre los países exportadores. Se importa también de Turquía, Alemania y Colombia.

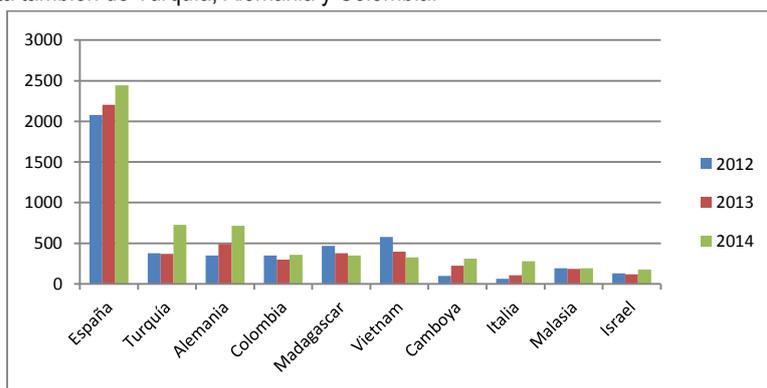


Gráfico 24 Importación de granada (código arancelario 081090) a la República Checa en 2012-2014 según países exportadores más importantes (en miles de dólares)

Fuente: Datos obtenidos en <http://apl.czso.cz/pll/stazo/STAZO.STAZO?jazyk=EN&prvni=N>

La importación de jengibre (código arancelario: 091011) a la República Checa también crece cada año. El exportador dominante es China y es así desde hace años. Se observa un crecimiento muy importante de la importación desde Perú de 5 mil dólares en 2012 y 2013 hasta 881 mil dólares en 2014. Las siguientes posiciones ocupan Holanda, Camboya y Brasil. Si hablamos de los valores totales, en 2012 el valor de importación fue de 2,2 millones dólares, en 2013 de 4,8 millones de dólares y en 2014 ya de 6,9 millones de dólares.

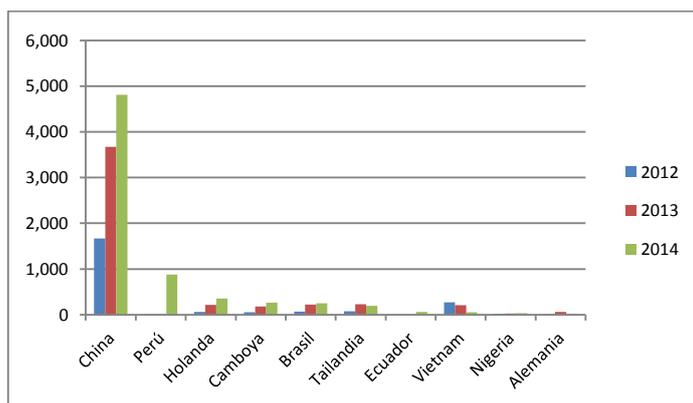


Gráfico 25 Importación de jengibre (código arancelario 091011) a la República Checa en 2012-2014 según países exportadores más importantes (en miles de dólares)

Fuente: Datos obtenidos en <http://apl.czso.cz/pll/stazo/STAZO.STAZO?jazyk=EN&prvni=N>

En cuanto al café (código arancelario: 090111), es un producto que se importa mucho a la República Checa, sobre todo de Brasil (34%). Otros exportadores importantes son Vietnam, Honduras y Perú, ocupando el sitio cuarto. En 2012 Chequia importó el café por 64,5 millones de dólares, en 2013 por 62 millones de dólares y en 2014 por 49,4 millones de dólares. Como se puede observar, en el último año la importación bajó un poco pero sigue representando valores importantes.

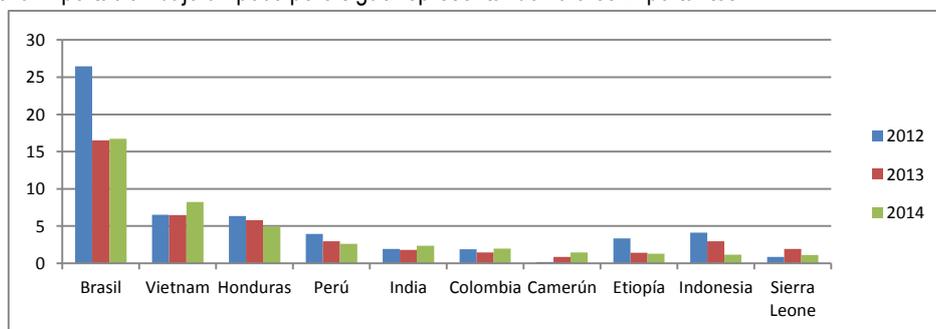


Gráfico 26 Importación de café (código arancelario 090111) a la República Checa en 2012-2014 según países exportadores más importantes (en millones de dólares)

Fuente: Datos obtenidos en <http://apl.czso.cz/pll/stazo/STAZO.STAZO?jazyk=EN&prvni=N>

En 2012 a la República Checa se importaron mandarinas por 48,7 millones de dólares, en 2013 por 47,4 millones de dólares y en 2014 por 43,6 millones de dólares. Se observa un descenso pero los valores en general siguen siendo muy importantes. El

país exportador con las mayores ventas es España, aunque su participación últimamente ha disminuido (72% en 2012, 73% en 2013 y 63% en 2014). Otros países que más exportan a la República Checa son Croacia, Alemania e Italia. Perú con su exportación se clasifica en el sexto lugar (según los datos del 2014).

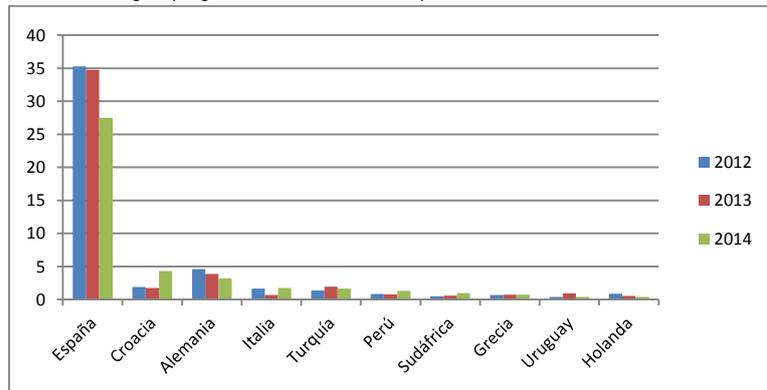


Gráfico 27 Importación de mandarinas (código arancelario 080520) a la República Checa en 2012-2014 según países exportadores más importantes (en millones de dólares)

Fuente: Datos obtenidos en <http://apl.czso.cz/pll/stazo/STAZO.STAZO?jazyk=EN&prvni=N>

IV. Análisis del Sector / Línea en el Mercado

4.1 Variedades y Formas de Presentación

1. Aguacate



Imagen 1 Presentación de aguacate procedente de Sudáfrica en el supermercado Albert (precio: 26,90 CZK/unidad)

2. Jengibre



Imagen 2 Presentación de jengibre procedente de China en el supermercado Albert (precio: 79,90 CZK/kg)

3. Mandarinas



Imagen 3 Presentación de mandarinas procedentes de Perú en el supermercado Albert (precio: 59,90 CZK/kg)



Imagen 4 Presentación de mandarinas en conserva procedentes de Turquía en el supermercado Albert (precio: 34,90 CZK/175 g)



Imagen 5 Presentación de mandarinas en conserva en el supermercado Albert (precio: 29,90/175 g)

4. Mango



Imagen 6 Presentación de mango procedente de Senegal en el supermercado Albert (precio: 29,90 CZK/unidad)

5. Quinoa



Imagen 7 Presentación de quinoa procedente de Perú (importador: LA Food s.r.o.) en el supermercado Albert (precio: quinoa blanca 119,90 CZK/250 g, quinoa roja 124,90 CZK/250 g)

6. Espárragos



Imagen 8 Presentación de los espárragos procedentes de Perú en el supermercado Albert (precio: 69,90 CZK/205 g)



Imagen 9 Presentación de espárragos procedentes de China en el supermercado Albert (precio: 139,90/395 g)



Imagen 10 Presentación de espárragos procedentes de España en el supermercado Albert (precio: 57,40 CZK/190 g)



Imagen 11 Presentación de espárragos blancos procedentes de China importados por la empresa Zluva-Impoexpo spol. s.r.o. en el supermercado Albert (precio: 64,90 CZK/205 g)

4.2 Canales de Distribución

4.2.1 Rutas de Acceso

La situación en el mercado al por menor está similar a la de los países de Europa Occidental. Allí la participación de las 5 cadenas tipo FMCG más importantes es de un 60-75% y en la República Checa en 2014 ese nivel logró un 48,5% (frente a un 46% en 2013). Los modelos comerciales nuevos reflejan los cambios en el comportamiento comercial determinado por los problemas económicos. Los motivos principales de la elección del lugar de compra son la disponibilidad, el surtido, las ofertas y los precios especiales (y buen nivel de precios en general). En comparación con la época antes de la crisis, ha aumentado la importancia de los precios especiales y ofertas.

Tradicionalmente, la cadena Kaufland mantiene una posición muy fuerte y es la elección principal de los consumidores. Eso quiere decir que la gente gasta la mayoría de dinero en alimentos y productos de uso cotidiano. Allí hace la compra un 23% de los encuestados, un 3% más que en 2013. El segundo lugar lo ocupa el Penny Market (14%) seguido por Tesco (13%). El cuarto supermercado más importante es Albert con el resultado de un 12%, un 2% menos que en el año anterior. El último supermercado de los cinco más importantes es Lidl con un 9% (descenso de un 1%). La orden puede ser diferente en cuanto a los volúmenes de venta porque no se toma en cuenta el volumen de una compra media o frecuencia de visitas, tampoco se cuenta la venta de productos no alimenticios y de uso doméstico. Lo que muestra es la popularidad y la fidelidad de los hogares checos.

En cuanto a la opinión de los clientes, el mejor supermercado es Billa seguida por Albert, Penny Market y Lidl. La calidad del ambiente comercial es mejor en los supermercados y en las tiendas pequeñas especializadas. Las tiendas especializadas son

las mejores en cuanto a la frescura y calidad. La disponibilidad y competencias del personal son tradicionalmente las ventajas principales de las tiendas pequeñas.

La influencia de las actividades de marketing en frecuencia se puede verificar comparando el número de visitas y conocimiento de los folletos. Un 80% de los encuestados recibe los folletos (en comparación con un 84% de 2013), de los que un 69% lo lee. Sobre todo se reciben los folletos de Kaufland, Lidl y Penny Market. Más de la mitad de los hogares checos declara que buscan las ofertas de los supermercados en el Internet (un 63% frente a un 56% en 2013). Sobre todo se buscan los folletos electrónicos de Tesco y Lidl. El nivel de uso del Internet es bastante alto. Un 79% de los encuestados declara que usan el Internet por lo menos una vez a la semana (aumento anual de un 2% en comparación con 2013) y un 53% declara que lo hace cada día. El uso de Internet está vinculado con la edad y formación de la persona, pero también de número de niños y de ingresos del hogar. El número de los consumidores que compran productos de marca propia con regularidad ha detenido en el nivel del 20%. La mayoría de los consumidores (82%) indica que la situación económica actual tiene influencia en su comportamiento a la hora de comprar alimentos.

4.2.2 Costos Logísticos Aproximados

Como la República Checa no tiene acceso al mar, el transporte directo desde Perú sólo es posible por vía aérea. Pero lo más común es comprar de los importadores europeos. Por eso los costes de transporte no son problemáticos para los clientes checos. Los importadores locales más grandes disponen de sus propios medios de transporte. Un buen ejemplo es la empresa Čerozfrucht que no sólo es importador de frutas y hortalizas al mercado checo, sino también presta servicios de transporte para otras empresas más pequeñas.

Cabe añadir que la situación de la República Checa convierte el país en la ruta de paso entre Europa Occidental y Europa del Este. Por eso podemos hablar de numerosas empresas transportistas en la República Checa que ofrecen sus servicios a los importadores de otros países y cuentan con gran experiencia en el transporte.

Los costes del transporte dependen sobre todo de tipo del producto que se va a importar y de las condiciones de almacenamiento. Para obtener ofertas concretas hay que presentar más detalles de la entrega. Por lo general, las empresas checas cubren los costes de transporte desde el puerto hasta su planta o cliente final.

4.2.3 Principales Agencias de Transporte

Nombre de empresa	Dirección	Teléfono	E-mail	Página web
Čerozfrucht	Pražská 298, 250 81 Nehvizdy	+420 283 001 111	ceroz@ceroz.com	www.cerozfrucht.cz
VVISS ČR	Kolmá 5, 190 00 Praha 9	+420 283 847 299	info@vvis.cz	www.vvis.cz
HORTIM	Kšírova 242, 619 00 Brno	+420 543 522 222	brno@hortim.cz	www.hortim.cz
ABASTO	K Třešňovce 1348, 252 10 Mníšek pod Brdy	+420 226 213 240	info@abasto.cz	www.abasto.cz
RABEN LOGISTICS CZECH s.r.o.	K Plevnu 338, 26 801 Hořovice	+420 222 802 111	jazlovice.info@raben-group.com	www.ceskairepublika.raben-group.com
Nagel Česko s.r.o.	D1 Logistics Commerce Park, Zděbradská 68, 251 01 Říčany-Jažlovice	+420 323 576 000	info.cz@nagel-group.com	www.nagel-group.com
ESA logistika s.r.o.	Oldřichova 158, 272 03 Kladno	+420 314 006 444	info@esa-logistics.eu	www.esa-logistics.cz
MD logistika, a.s.	Kříčenského 451, 533 03 Dašice	+420 466 899 511	obchod@mdlogistika.cz	www.mdlogistika.cz
KENDY CZ	Pisecka 407, 386 01 Strakonice	+420 383 381 276	kendy@kendycz.cz	www.kendy.cz
Autodoprava Vladimír Hrubý	Bakovská 126, 293 07 Mladá Boleslav - Debrň nad Jizerou	+420 326 556 104	r.vavra@hruby-autodoprava.cz	www.hruby-autodoprava.cz

4.3 Canales de Comercialización

Puntos de venta al por mayor

La venta de las frutas tropicales se realiza en el nivel europeo. Eso significa que la mayoría de los productos se importa por las empresas grandes a los puertos europeos más importantes y desde allí se las vende al por mayor a otras empresas internacionales. Es uno de los métodos de venta más cómodos en el mercado checo (poco nivel de consumo de frutas tropicales).

En general los importadores todavía desempeñan el papel individual y especial en la cadena de distribución porque se caracterizan por mantener las fuertes relaciones con los proveedores que coleccionan una amplia gama de productos.

La mayoría de los importadores se dedica a cumplir las formalidades de la importación y el procesado de productos para facilitar su futura distribución en el país destinatario. Realizan también las actividades adicionales tales como la maduración de plátanos, corte y envase de los alimentos frescos o re embalaje de los productos. En la mayoría de los casos los importadores mantienen contactos comerciales bastante largos con los proveedores.

Venta al por menor

El marketing y los puntos de venta son los dos factores más importantes en la venta al por menor. La estructura de comercio de frutas y hortalizas ofrece a los consumidores la posibilidad de elegir entre los siguientes puntos de venta:

- tiendas especializadas en la venta de frutas y hortalizas,
- hipermercados/ supermercados,
- mercadillos,
- productores/ agricultores.

Las cadenas de puntos de venta de alimentos al por mayor más importantes en la República Checa son BILLA, ALBERT, MAKRO Cash&Carry ČR, KAUFAND, TESCO STORES ČR, GLOBUS, LIDL, PENNY MARKET, COOP. Todas esas empresas tienen las frutas exóticas en su surtido.

Venta por Internet

La venta por Internet últimamente se ha hecho muy popular en la República Checa. Así se vende los alimentos frescos tales como mariscos, carne, productos lácteos, frutas y verduras. Las páginas web más populares son: <http://www.bedyndydomu.cz/>, <http://www.potravinodydomu.cz>, <https://freshbedynky.cz/>. Ninguna de estas páginas se concentra sólo en la venta de frutas y hortalizas exóticas.

4.4 Precios

Los precios de las frutas y hortalizas frescas dependen de varios factores, tales como la oferta, tipo de producto y su origen. En caso de tales productos como plátanos o piñas, sus precios cambian mucho y es el resultado de los cambios en cosecha.

Los precios de productos frescos se regulan en el nivel global y las especulaciones sobre la cosecha pueden causar cambios bruscos. Los factores de gran influencia son también los volúmenes de pedido, calidad del producto, inflación y tipo de cambio. Los márgenes de los proveedores son muy determinados. En la mayoría de los casos no sobrepasan el 10%. Hay varias razones por las que no es posible describir concretamente los márgenes de todos los productos y de todas las partes de importación, venta al por mayor y al por menor. Son las siguientes:

- amplia gama de frutas y hortalizas,
- grandes diferencias entre varios grupos de productos (productos de la zona templada, subtropical, tropical y productos especiales).

En 2014 se observó una caída de precios ofrecidos por los agricultores de un 3,7%. El precio de producción industrial de los alimentos, bebidas y tabaco bajó un 0,3% y los precios de consumo aumentaron un 2%. El precio de las materias primas en agricultura descendió un 1,3%.

En 2014 los precios ofrecidos por los productores descendieron un 10,3%. Bajaron sobre todo los precios de cereales (14%), frutas (12,8%) y patatas (10,4%). Últimamente los precios han crecido un poco (sobre todo de cereales y patatas)⁵.

⁵ Zpráva o stavu zemědělství ČR za rok 2014 „Zelená zpráva“

A continuación se presenta la tabla con precios de los productos elegidos para el análisis en varias tiendas:

Nombre del producto	Precio en CZK				
	Tesco	Albert	Makro	Potravinýdomu (online)	Z-market (online)
Uvas (kg)	59,90 CZK	34,90-39,90 CZK	49,90 -59,90 CZK	106,5-116,50 CZK	66,50 CZK
Mango (unidad)	29,90 CZK	29,90 CZK	51,90-59,90 CZK	-	63,90 CZK
Mandarinas (kg)	24,90 CZK	22,90 CZK	19,90 CZK	47,50 CZK	39,50 CZK
Aguacate (unidad)	29,90 CZK	26,69 CZK	33,90-45,90 CZK	44,50-48,50 CZK	47,90 CZK
Granada (unidad)	16,90 CZK	34,90 CZK	29,90-33,90 CZK	-	-
Espárragos (340g/konserw)	114,90 CZK	69,90 CZK	88,90 CZK	179,50 CZK (500g)	66,90 CZK (500g)
Jengibre (kg)	74,9 CZK	79,90 CZK	59,90-75,90 CZK	138,50 CZK	254,1 CZK
Quinoa (bolsa)	119,90 CZK	119,90-124,90 CZK	86,90 CZK	94,90 CZK	-
Cacao (kg)	349 CZK	-	279 CZK	259 CZK	345,0-494,0 CZK
Café (kg)	299-799 CZK	499,90 CZK	249 CZK	249 CZK	294,90 CZK

Tabla 3 Tabla de precios de los productos elegidos en varios puntos de venta en la República Checa (octubre 2015)

V. Análisis de la Demanda

5.1 Perfil del Consumidor

El menú de los checos cambia de manera constante. Hay varios factores que afectan los cambios en consumo. Se refiere sobre todo al nivel de precios de consumo de los alimentos y sus alternativas, precios de otras mercancías y servicios, y también a nivel de ganancias, oferta y disponibilidad de productos, participación de gastos en bebidas, alimentos y tabaco, publicidades, educación, etc. Hay también factores sociales que afectan la demanda y consumo. Entre ellos se puede enumerar la estructura de edad de la población. La generación de los jóvenes no recuerda los tiempos de socialismo cuando faltaban productos en las tiendas, por eso invierten su dinero en otras cosas (por ejemplo, en viajes, etc.). La gente mayor recuerda los tiempos cuando por la oferta muy reducida se compraba mucho más comida, "por si acaso". En el resultado en muchas ocasiones se observaba pérdidas importantes en el consumo final. Los jóvenes son mucho más optimistas, les influye mucho la publicidad y la educación relacionada con la alimentación sana.

En las últimas docenas de años se observa la reducción de uso de productos de origen animal y un aumento de consumo de productos de origen vegetal. El mayor descenso tuvo lugar en el caso de grasa, ternera, leche, huevos y pan. Creció el consumo de bebidas no alcohólicas, carne de aves, quesos, frutas exóticas, legumbres y pan de trigo. Según las calculaciones de ÚZEI en consumo general presentado en precios fijos de 1992 a 2012 aumentaron un 4%, mientras que un 7,2% redujo el consumo de productos de origen animal un 20,2% creció el consumo de productos de origen vegetal.

Según la Organización Mundial de la Salud (OMS) los checos todavía comen muy pocas frutas y hortalizas, siendo el tercer país europeo con el consumo más bajo. El consumo medio de la dieta diaria de los checos es de 253 g/persona de frutas y hortalizas (sin contar los zumos), muestra que la OMS indica que cada persona debería comer al menos 400 g de esos productos cada día⁶.

A pesar de que el consumo de legumbres ha crecido muy significativamente en los últimos 20 años (62,5%), el consumo real (2,6 kg/persona en 2012) es todavía demasiado bajo (en cuanto a las recomendaciones para la salud).

El consumo de frutas de la zona templada aumentó un 7,3%, aunque en general varía mucho y depende de la cosecha (entre 1992 y 2011 se observó cambios de un 14%). En el grupo de frutas de zona templada dominan las manzanas, aunque su participación en el período analizado bajó un 7,7%. En 2012, la participación de las manzanas en el consumo fue de un 58,2%, mientras que diez años atrás fue de un 67,6%. Creció el consumo de uvas, ciruelas y melocotones pero su participación es mucho menor que la de manzanas (un 9,9% de las ciruelas, un 9% de los melocotones y un 8,1% de las uvas en 2012).

El consumo de las frutas tropicales aumentó un 38,7%. Disminuyó el consumo de plátanos, limones y pomelos, mientras que creció el de naranjas, mandarinas y frutas tropicales (las especies nuevas introducidas a la República Checa hace poco)⁷.

Si hablamos del cacao cabe indicar que entre 2000 y 2007 el consumo de chocolate y sus productos creció un 25%. Los checos comen 5,2 kg/persona, es decir, muchos menos que los suizos, ingleses y alemanes⁸.

⁶ http://www.tyden.cz/rubriky/zdravi/cesi-jedi-malo-ovoce-a-zeleniny-jsou-treti-nejhors-i-v-evrope_222944.html

⁷ Ewolucja konsumpcji żywności w ciągu ostatnich 20 lat, Ing. Olga Štiková, Wydział Ekonomiki Rolnictwa i Informacji

⁸ <http://www.kurzy.cz/zpravy/161038-spotreba-cokolady-v-cr-vzrostla/>

En cuanto al café, últimamente los checos cada año establecen un nuevo récord del consumo. Según los datos de 2014, cada checo anualmente compra unos 3 kilos del café y bebe unas 380 tazas de café. Así se acercan a los finlandeses que consumen hasta 12 kg del café cada año. Gastan para este fin unos 5 mil millones de CZK. Sobre todo se interesan por el café expreso y café soluble⁹.

En la República Checa hay más de 2500 cafeterías locales y pertenecientes a las grandes cadenas internacionales. Su número se duplicó en los últimos diez años. La mayoría de personas visita cafeterías entre 8 y 10 de la mañana, dejando allí de 60 a 120 CZK. La ciudad de mayor tasa de consumo del café es Praga. Cabe añadir que los clientes checos son muy exigentes y requieren mucha información sobre el café que estén consumiendo¹⁰.

5.2 Análisis de Tendencias

Las tendencias de consumo de hortalizas en la República Checa son variables. Consumo de cada tipo de hortaliza difiere mucho de los otros. En general, en los últimos años el consumo medio oscila alrededor de 75-85 kg/persona.



Gráfico 28 Cambios de consumo de hortalizas en la República Checa en 1992-2012

Fuente: Vývoj spotřeby potravin v uplynulých 20 letech, Ing. Olga Štiková, Ústav zemědělské ekonomiky a informací, 24 de junio de 2014

Se observa el creciente interés de consumidores por tomates y paprika, pero más se consume productos tradicionales tales como zanahoria o col. Al analizar los cambios en consumo cabe mencionar las patatas. El consumo ha bajado mucho. En comparación, en 1950 se consumió 146 kg de patatas cada año y en 2009 ya 65 kg, es decir, menos que la mitad. En los últimos años el consumo oscila alrededor de 65-70 kg. Se las sustituye por otros productos.

A continuación se presenta el gráfico con cambios en consumo de las hortalizas que se caracterizan por la demanda más creciente:



Gráfico 29 Cambios de consumo de hortalizas de mayor demanda en la República Checa en 1992-2012

Fuente: Vývoj spotřeby potravin v uplynulých 20 letech, Ing. Olga Štiková, Ústav zemědělské ekonomiky a informací, 24 de junio de 2014

⁹ <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/ekonomika/1033697-spotreba-kavy-se-od-totality-nemeni-cesi-ji-koupi-rocne-tri-kilogramy>

¹⁰ <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/ekonomika/1106824-cesi-prichazeji-na-chut-dobre-kave-rocne-vypiji-v-prumeru-400-salku>

La situación del consumo de frutas es diferente que la de las hortalizas en cuanto a las tendencias a largo plazo. En 1948-1990 los valores cambiaban y eran de 33,2-78,8 kg. Después el consumo empezó a subir logrando el valor de 90,4 kg en 2009. A partir de entonces descendió otra vez hasta 74,6 kg en 2012. Por eso es muy difícil hacer pronósticos a largo plazo¹¹.

Consumo de frutas en la República Checa

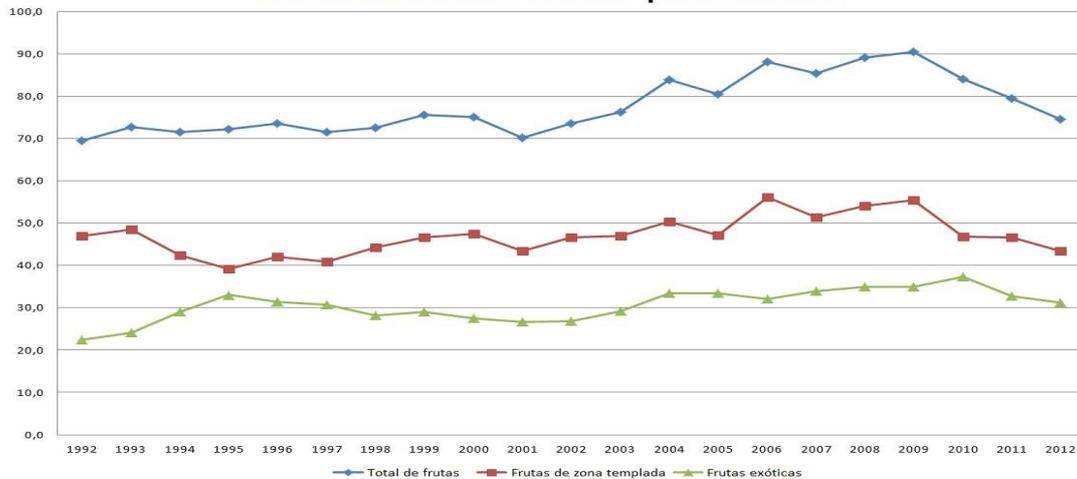


Gráfico 30 Cambios en consumo de las frutas en la República Checa en 1992-2012

Fuente: Vývoj spotřeby potravin v uplynulých 20 letech, Ing. Olga Štiková, Ústav zemědělské ekonomiky a informací, 24 de junio de 2014

Como se puede observar en el gráfico de abajo, las frutas que se caracterizan por el incremento de demanda más dinámico son ciruelas, melocotones y uvas. En los últimos años se observa cambios de la demanda que es más alta o más baja, pero en general a largo plazo no se prevé cambio de la tendencia general.

Consumo de frutas de demanda más dinámica

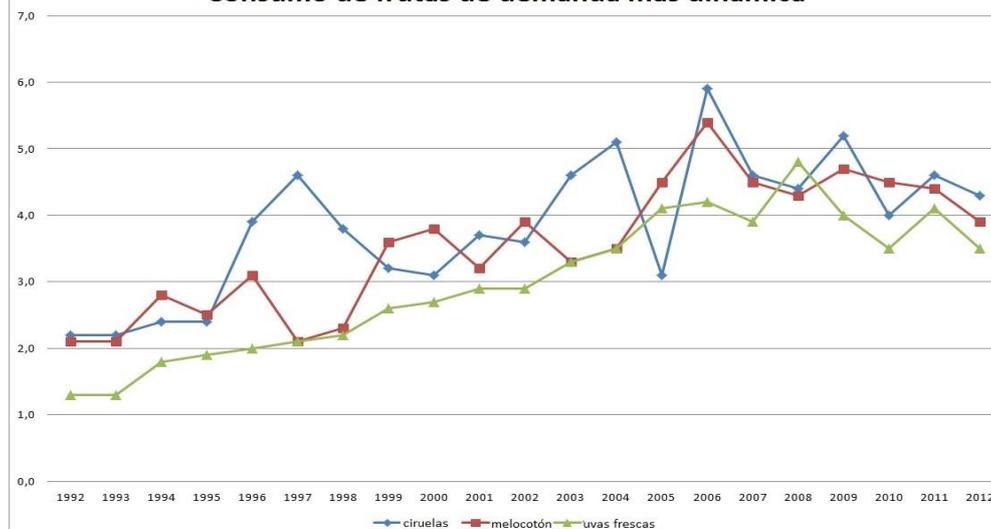


Gráfico 31 Cambios en consumo de frutas de la mayor demanda en la República Checa en 1992-2012

Fuente: Vývoj spotřeby potravin v uplynulých 20 letech, Ing. Olga Štiková, Ústav zemědělské ekonomiky a informací, 24 de junio de 2014

Según algunos analíticos, el precio de chocolate y otros productos que contienen cacao van a mantener la tendencia de subida de precios. Es porque reduce la oferta global de cacao y sus precios son cada vez más altos. Además crece la demanda en los mercados asiáticos. Durante los últimos dos años los fabricantes checos han subido sus precios un 10%¹².

Además crece el interés de los checos por el chocolate negro, es decir, con mayor concentración de cacao, aunque todavía domina el consumo de chocolate con leche. No es sólo el resultado de del cambio de preferencias de los checos sino también de la tendencia de alimentación sana. La gente cada vez más se interesa por modo de vida sano y es un factor que determina su actividad a la hora de elegir productos. Otra tendencia es la aparición de y creciente demanda de nuevo tipo de dulces: frutas caramelizadas en chocolate¹³.

¹¹ <http://www.trvalefit.cz/pozitivni-trendy-ve-spotrebe-potravin-jime-mene-veproveho-a-cukru/>

¹² <http://www.novinky.cz/ekonomika/340135-kakaa-je-malo-cokolada-zrejme-podrazi.html>

¹³ <http://www.kurzy.cz/zpravy/161038-spotreba-cokolady-v-cr-vzrostla/>

Los checos cada vez más se interesan por la buena calidad del café. Al país vienen las tendencias del oeste de establecen en cada ciudad las cadenas de cafeterías que ofrecen el producto de la misma calidad (ya existen cuatro cadenas y dos más están a punto de entrar al mercado). Los expertos indican que el mercado aún no está saturado y todavía hay sitio para las cafeterías nuevas. Las máquinas de café son equipamiento obligatorio de cada cocina. Es interesante que en la República checa más gente compra dichas máquinas que, por ejemplo, en Italia¹⁴.

5.3 Percepción del Producto Peruano

En general en la República Checa los consumidores no tienen ningunos prejuicios en cuanto a la procedencia de frutas. La decisión depende de los importadores que sobre todo se dirigen por la calidad y precio de los productos. De las encuestas relacionadas con fin del presente análisis resulta que los importadores y distribuidores no tienen ningún inconveniente en comprar los productos peruanos. Dos empresas mencionaron mala calidad del mango y pimiento peruano que habían comprado, pero al mismo tiempo comentan que aun así están abiertas a establecer las relaciones con la empresas peruanas. Otras empresas comentan que su experiencia con los productos peruanos (uvas, cítricos, mandarinas, espárragos, aguacate, mango) es muy buena, tanto en cuanto a la calidad del producto, como al precio.

Los únicos obstáculos que indican las empresas checas en cuanto a la cooperación directa con los fabricantes peruanos son las grandes partidas de productos que hay que pedir, la necesidad de hacer pedidos con mucha antelación y el riesgo relacionado con el precio (tipo de cambio y precios del mercado muy variables). Algunas empresas indican que por su comodidad prefieren comprar de los importadores alemanes u holandeses.

VI. Requisitos de Acceso al Mercado

6.1 Medidas Arancelarias

Las normas sobre las tarifas de las frutas y hortalizas introducidas al mercado se regulan en la disposición de la Comisión Europea (CE) núm. 543/2011 con cambios sucesivos.

La ley checa núm. 235/2004 Sb. que trata del impuesto sobre las mercancías con sus cambios sucesivos, regula los impuestos sobre las mercancías, propiedades y servicios en condiciones previstas por la ley. En 2013 subió el valor del IVA reducido (de un 14% a un 15%) y del IVA regular (de un 20% a un 21%). Se aplica el IVA reducido a los productos de la sección 8 de los códigos arancelarios, es decir, frutas y frutos secos, cáscaras de cítricos, y los de la sección 20, es decir, procesados de frutas, hortalizas, frutos secos y otras partes de las plantas.

Gracias al acuerdo bilateral entre Perú y la Unión Europea, los productos procedentes de Perú gozan del arancel preferencial del 0% en la República Checa. La tabla de abajo presenta los valores de arancel y el IVA de los productos elegidos:

Código arancelario	Nombre de producto	Arancel preferencial (CZK:PE)	IVA
0806000000	Uvas frescas	-	15%
0709200000	Espárragos	0%	15%
0804400000	Aguacate	0%	15%
1008500000	Quinoa	0%	15%
1801000000	Cacao en grano	0%	15%
1805000000	Cacao en polvo	0%	15%
0804500000	Mango	0%	15%
0810907530	Granada	0%	15%
090111	Café	0%	15%
091011	Jengibre	0%	15%
0805200000	Mandarinas	0%	15%

Tabla 4 Arancel e IVA de los productos elegidos procedentes de Perú en la República Checa

Fuente: http://ec.europa.eu/taxation_customs/dds2/taric/taric_consultation.jsp?Lang=cs&SimDate=20151027, <http://www.zakonyprolidi.cz/cs/2004-235#prilohy>

¹⁴ <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/ekonomika/1106824-cesi-prichazeji-na-chut-dobre-kave-rocne-vypiji-v-prumeru-400-salku>

6.2 Regulaciones

La Unión Europea es una unión aduanera según los principios de la OMC. La UE tiene un Código Aduanero común y arancel aduanero común. Para el importador el arancel aduanero tiene forma del denominado TARIC (Arancel Aduanero Integrado de la Comunidad Europea). Su base es la disposición de la Comisión CEE núm. 2658/87 con sus cambios sucesivos, cuya versión electrónica está disponible en la página web: http://ec.europa.eu/taxation_customs/dds2/taric/taric_consultation.jsp?Lang=cs&redirectionDate=20110215 o www.celnisprava.cz/cz/aplikace. Las relaciones comerciales de la UE con los países terceros se caracterizan por gran número de acuerdos preferenciales, iniciativas interregionales y otros. Hay también otras regulaciones comerciales relacionadas con los productos determinados. Una posición preferencial la ocupan los países geográficamente e históricamente cercanos a la UE, tales como Suiza, Noruega, Lichtenstein e Islandia (EFTA). Otra área importante de comercio libre para los países de la Unión Europea es la región mediterránea (Marruecos, Palestina, Túnez, Jordania, Líbano, Egipto y Argelia).

Otro acuerdo muy importante en cuanto a los productos agroalimentarios es el acuerdo sobre la cooperación con los países africanos, caribeños y los países del Pacífico en desarrollo (ACP). Hay también acuerdos preferenciales con Turquía, Israel, Croacia, China, Chile, Macedonia, México y Sudáfrica. En cuanto a los países desarrollados fuera de la Unión Europea, es decir, Australia, Canadá, Japón, Corea, Hong Kong, Taiwán, Nueva Zelanda, Singapur y los EE.UU., el comercio de la UE se realiza a base de las obligaciones resultantes de los contratos existentes. Los productos agroalimentarios determinados también gozan de las soluciones preferenciales. Cabe añadir que algunos países aprovechan de las preferencias autónomas en forma de ciertas liberaciones, por ejemplo, eliminación de los aranceles aduaneros. La UE toma esta medida en caso de los países en desarrollo en de los países menos desarrollados.

Las leyes europeas dedicadas al tema de los aranceles aduaneros:

- **Reglamento (CE) n° 638/2004 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 31 de marzo de 2004, sobre las estadísticas comunitarias de intercambios de bienes entre Estados miembros y por el que se deroga el Reglamento (CEE) n° 3330/91 del Consejo**
- Reglamento (CE) n° 1982/2004 de la Comisión, de 18 de noviembre de 2004, por el que se aplica el Reglamento (CE) n° 638/2004 del Parlamento Europeo y del Consejo, sobre las estadísticas comunitarias de intercambios de bienes entre Estados miembros, y por el que se derogan los Reglamentos de la Comisión (CE) n° 1901/2000 y (CEE) n° 3590/92
- **Reglamento (CE) n o 471/2009 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 6 de mayo de 2009, sobre estadísticas comunitarias relativas al comercio exterior con terceros países y por el que se deroga el Reglamento (CE) n o 1172/95 del Consejo**
- **Reglamento (UE) n o 92/2010 de la Comisión, de 2 de febrero de 2010 , por el que se aplica el Reglamento (CE) n o 471/2009 del Parlamento Europeo y del Consejo, sobre estadísticas comunitarias relativas al comercio exterior con terceros países, en lo que respecta al intercambio de datos entre las autoridades aduaneras y las autoridades estadísticas nacionales, la compilación de estadísticas y la evaluación de calidad**
- **Reglamento (UE) n o 113/2010 de la Comisión, de 9 de febrero de 2010 , por el que se aplica el Reglamento (CE) n o 471/2009 del Parlamento Europeo y del Consejo, sobre estadísticas comunitarias relativas al comercio exterior con terceros países, en lo que respecta a la cobertura del comercio, a la definición de los datos, a la elaboración de estadísticas sobre comercio desglosadas por características de las empresas y por moneda de facturación y a las mercancías o movimientos específicos**
- **Reglamento (CE) n o 1833/2006 de la Comisión, de 13 de diciembre de 2006 , relativo a la nomenclatura de países y territorios para las estadísticas del comercio exterior de la Comunidad y del comercio entre sus Estados miembros**
- Reglamento (CEE) N. 2913/1992 del consejo por el que se aprueba el código aduanero comunitario
- Reglamento (CE) N° 450/2008 del Parlamento Europeo y del Consejo de 23 de abril de 2008 por el que se establece el código aduanero comunitario (código aduanero modernizado)
- Reglamento (CEE) N° 2658/87 del Consejo de 23 de julio de 1987 relativo a la nomenclatura arancelaria y estadística y al arancel aduanero común
- **Reglamento (UE) n o 1006/2011 de la Comisión, de 27 de septiembre de 2011 , por el que se modifica el anexo I del Reglamento (CEE) n o 2658/87 del Consejo, relativo a la nomenclatura arancelaria y estadística y al arancel aduanero común**
- Directiva 2006/112/CE del Consejo relativa al sistema común del impuesto sobre el valor añadido.

A continuación se presentan los documentos básicos checos relacionados con el comercio exterior:

- la ley núm. 13/1993 Sb., Ley aduanera, y sus sucesivas modificaciones,
- la ley núm. 185/2004 Sb., Sobre Administración Aduanera de la República Checa, y sus sucesivas modificaciones,
- decreto núm. 201/2005 Sb., Sobre estadísticas de productos exportados e importados, y manera de informar sobre el comercio entre la República Checa y otros países miembros de la CE, según los decretos núm. 563/2006 Sb., 393/2008 Sb. y 317/2010 Sb.
- la ley núm. 235/2004 Sb., Sobre el impuesto IVA de las mercancías, y sus sucesivas modificaciones,
- la ley núm. 513/1991 Sb., Código de sociedades comerciales, y sus sucesivas modificaciones.

6.3 Otras Regulaciones (Etiquetado / Orgánicos / GMO/ / Envases y Embalajes)

Las frutas y hortalizas frescas, aparte de las informaciones básicas, tienen que llevar sobre su etiqueta la información sobre la clase de producto. No es obligatorio indicar la fecha de caducidad. En casos especiales se exige la indicación de la especie. Si el producto haya sido objeto del tratamiento químico, hay que indicarlo.

Las frutas y hortalizas refrigeradas (peladas, cortadas, etc.) y productos que hayan sido objeto del proceso de fermentación (por ejemplo, chucrut) son los productos que se estropean muy fácilmente, por eso sus etiquetas tienen que llevar la fecha de caducidad y la temperatura de almacenamiento. Los productos procesados de las frutas frescas, refrigerados, tienen que almacenarse y venderse en las condiciones de temperatura de 0°C a 5°C.

El decreto núm. 157/2003 Sb. regula qué tipo de frutas y qué cantidades mínimas deben encontrarse en las jaleas, mermeladas, gelatinas. La etiqueta debe informar al consumidor sobre la cantidad real de las frutas y las proporciones de azúcar. Las jaleas y gelatinas que se etiqueten como productos "seleccionados" o "extra" deben contener la cantidad mínima de frutas, más alta que la regular. La marcación "jalea" se utiliza sólo en cuanto a los productos procedentes de los cítricos.

En las frutas secas el contenido de la materia seca debe ser de un 70% como mínimo (en caso de las ciruelas al menos un 67%). Las frutas confitadas pueden contener menos de un 70% de la materia seca, pero en este caso tienen que conservarse de otra manera. Esos productos deben almacenarse de tal forma que no les afecten ningunos olores ajenos y en las condiciones de humedad no mayor de un 70%.

Los procesados de hortalizas deben llevar etiquetas que informen cómo se las ha procesado (hortalizas en conservas, secadas, en salmuera, vinagre, aceite, pasta, etc.). Si es un producto picante, esta información debe aparecer en el envase. Hay una disposición que indica todas las exigencias que dependen del producto (por ejemplo: contenido del ácido láctico en el proceso de fermentación de un 0,8%, el contenido máximo de la sal en el chucrut de un 2,2%, el contenido de la sal en la salsa de tomate de un 10% o menos). No se exige presentar esta información en el envase¹⁵.

6.4 Certificaciones

Para el comercio (importación, exportación, reexportación) de las plantas y animales desde y hacia la UE se requieren permisos, certificados y notificaciones que aparecen en uno de los cuatro anexos (Anexo A, B, C y D) del Reglamento (CE) n.º 338/97.

Los procedimientos para obtener un permiso de importación de las especies enumeradas en el anexo A o B y / o el Apéndice I o II de la CITES son muy especiales. En primer lugar, es necesario el exportador solicite y obtenga un certificado de permiso de exportación o reexportación emitido por la Autoridad Administrativa CITES del país de exportación o reexportación. El exportador debe enviar al importador una copia (por ejemplo, fax) del documento de exportación que se debe adjuntar a la solicitud del permiso de importación que va a presentarse a la Autoridad Administrativa CITES de su país (Estado miembro de la UE). Una vez expedido por la autoridad, el permiso de importación original debe enviarse al exportador. Ambos permisos de exportación y de importación deberán acompañar al envío a lo largo de su viaje para después presentarse a los servicios aduaneros en cada punto de control fronterizo antes de introducirse en la UE.

Si un producto está enumerado en el Apéndice I de CITES, el país exportador no puede emitir el permiso de exportación antes de que el país importador haya emitido el permiso de importación. La Autoridad Administrativa del país de importación se le proporcionará una "copia destinada al país exportador" o una declaración por escrito que dice que se emitirá el permiso de importación. Este documento se puede utilizar para obtener el permiso de exportación en el país exportador¹⁶.

¹⁵ <http://www.bezpecnostpotravin.cz/az/termin/92075.aspx>

¹⁶ http://ec.europa.eu/environment/cites/info_permits_en.htm

Los certificados más importantes para la importación y exportación de las frutas y hortalizas son los siguientes:

- certificado de origen, por ejemplo:

- documento de circulación de plantas sanas,
- certificado fitosanitario, por ejemplo:

- documento único administrativo (DUA), por ejemplo:

Existen también certificaciones que no son obligatorias, pero que pueden ser ventaja a la hora de competir con otros proveedores. Son los siguientes:

•HACCP

El sistema HACCP es una herramienta de evaluación de peligros que transmite la responsabilidad del control del producto final a determinadas etapas de la producción o de comercialización de alimentos.

•ISO 22000

ISO 22000 es un sistema internacional de gestión de inocuidad de alimentos y piensos (basado en las normas de HACCP), desarrollado para todas las organizaciones participantes de la cadena de suministro.

•La norma BRC

Global Standard for Food Safety es una normativa establecida por la Asociación de Minoristas Británicos: British Retail Consortium. Es un conjunto de cuatro normas técnicas del sector, que desarrollan los requisitos sobre seguridad alimentaria que deben de ser cumplidos, desde la producción de alimentos, envase y almacenamiento hasta la venta al consumidor final.

•IFS (International Food Standard)

La Norma Internacional para los Alimentos (IFS por sus siglas en inglés) se ha desarrollado para la certificación de proveedores, de todo tipo de distribuidor, que tienen que garantizar la seguridad de su marca propia en los productos que venden.

•GlobalGAP (Good Agricultural Practices)

GlobalGAP es un estándar de administración de granjas más popular a nivel mundial que garantiza la seguridad de alimentos.

VII. Actividades de Promoción

7.1 Ferias

- International Gastronomic Festival

La próxima edición: 12-14 de noviembre de 2015

Vystaviste Ceske Budejovice, Ceske Budejovice, República Checa

Los expositores que participan en el Festival Internacional Gastronómico son los hoteles, escuelas vocacionales, restaurantes, empresas de producción para gastronomía, empresas proveedoras para gastronomía, productores de alimentos, instituciones vocacionales, tiendas de alimentos, tiendas en general, etc.

- Salima Trade Fair

Próxima edición: 23-16 de febrero de 2016

Lugar: Centro de Exposiciones de Brno, Brno, República Checa

Se exhiben los productos de agricultura y silvicultura de la industria. Las empresas de interés son de los siguientes sectores: máquinas y equipamiento del procesado de alimentos (procesamiento de alimentos y bebidas, equipo de procesamiento de bebidas y jugo, máquinas para esterilización de alimentos, equipos de panadería y confitería), alimentos y bebidas (productos frescos, congelados, refrigerados, de uso diario), mariscos (mariscos frescos, procesamiento de mariscos), los ingredientes (aromas, sabores y fragancias, aditivos alimentarios, materias primas).

- The Green World

Lugar: Centro de Exposiciones de Brno, Brno, República Checa

La feria hortícola the Green World es el mejor espacio de exposición para los expositores que quieren entrar en el mercado checo. La exposición está dedicada a los compradores de todo el mundo que quieren obtener las últimas informaciones sobre el mundo de horticultura y la tecnología relacionada con ella.

7.2 Exhibiciones

- Degustaciones en varios supermercados



Imagen 12 Publicidad de la degustación de espárragos organizada en la cadena de supermercados Kaufland

- Festival de espárragos en Ivančice

Ya se han organizado 21 ediciones del festival. La última ha sido visitada por nueve mil personas que podían comprobar hasta 6 toneladas varios tipos de espárragos (este año han sido sólo los productos de origen checo). Se lo organiza en mayo.



Imagen 13 Publicidad del festival de espárragos organizado en Ivančice

7.3 Publicaciones Especializadas

- Revue pro Hotel a Restaurant

Revista especializada en el sector HoReCa dedicada a los especialistas del sector a todos los interesados en la comida y bebida.

Editor: Gastro-Press s.r.o., Čelakovského sady 8, 120 00 Praha 2

- Food Service

Revista dedicada al sector de gastronomía, hotelería y catering.

Editor: České a slovenské odborné nakladatelství spol.s.r.o., Rosmarin Business Center, Dělnická 213/12, 170 00 Praha 7.

- Potravinářská revue

Revista profesional para el sector de alimentos, producción de alimentos y comercio. Editor: AGRAL s. r. o., Zelený pruh 1560/99, Praha 4 - Braník

- Potravinářský zpravodaj

Revista que presenta noticias, cuestiones económicas, tecnología y regulaciones relacionadas con el sector de alimentos. Editor: AGRAL s. r. o., Zelený pruh 1560/99, Praha 4 - Braník

- Moderní obchod

Revista mensual para el comercio checo y sus proveedores. Editor: České a slovenské odborné nakladatelství, spol. s r. o., Rosmarin Business Center, Dělnická 213/12, 170 00 Praha 7

- Beverage&Gastro

La revista dedicada al sector de bebidas alcohólicas, no alcohólicas, catering y equipamiento de gastronomía. Editor: WAGNER PRESS, s. r. o., Jana Masaryka 28, 120 00 Praha 2

VIII. Contacto de Interés

8.1 Institucionales

Nombre de la institución	Dirección	Teléfono	Fax	Página web
Ministerstvo zdravotnictví ČR (Ministerio de Sanidad)	Palackého nám. 4, 128 01 Praha 2	+420 2 2497 1111	+420 2 2497 2111	www.mzcr.cz
Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR (Ministerio de Industria y Comercio)	Na Františku 32, 110 15 Praha 1	+420 224 851 111	+420224811089	www.mpo.cz
Ministerstvo zemědělství ČR (Ministerio de Agricultura)	Těšnov 65/17, 110 00 Praha 1	+420 221 811 111	+420 224 810 478	www.eagri.cz
Institut dietologie a výživy s.r.o. (Instituto de Alimentación y Dietética)	Riegrovy sady 38, 120 00 Praha 2	+420 603 157 730	-	www.institutdietologieavyzivy.cz

Český statistický úřad (Oficina de Estadística de la República Checa)	Na padesátém 3268/81, 100 82 Praha 10	+420 274 051 111	-	www.czso.cz
Celní správa ČR (Administración Aduanera)	Budějovická 7, 14096 Praha 4	+420 261 331 111	-	www.celnisprava.cz
Státní zemědělský intervenční fond (Fondo Estatal de Inversión y Agricultura)	Ve Smečkách 33, 110 00 Praha 1	+420 222 871 871	+420 222 871 765	www.szif.cz
Státní zemědělská a potravinářská inspekce (Inspección Estatal de Alimentación)	Květná, 603 00 Brno	+420 543 540 111	+420 543 540 202	www.szpi.gov.cz

Tabla 1 Listado de organizaciones públicas que están relacionadas con la importación de frutas y hortalizas a la República Checa

8.2 Comerciales

Nombre de la institución	Dirección	Teléfono	Fax	Página web
Svaz importérů a exportérů čerstvého ovoce a zeleniny (Asociación de los Importadores y Exportadores de Frutas y Hortalizas Frescas)	Dělnická 65, 170 01 Praha 7	-	-	-
Podpůrný a garanční rolnický a lesnický fond, a. s. (Fondo de Apoyo y Garantía Agrícola y Fondo Forestal)	Za Poříčskou branou č.p. 256/6, 186 00 Praha 8	+420 225 989 400	+420 225 989 405	www.pgrlf.cz
Agrární komora České republiky (Cámara de Agricultura de la República Checa)	Počernická 96, 108 00 Praha 10	+420 602 433 375	+420 296 411 181	www.agrocr.cz
Český zahrádkářský svaz, z.s. (Asociación de Horticultura Checa)	Rokycanova 318/15, 130 00 Praha 3 – Žižkov	+420 222 782 710	+420 222 781 620	www.zahradkari.cz
Svaz vinařů České republiky (Asociación de los Fabricantes de Vino de la República Checa)	Žižkovská 1230, P.O.Box 34, 691 02 Velké Bílovice	+420 608 682 772	-	www.svcr.cz
Zemědělský svaz ČR (Asociación Agrícola en la República Checa)	Hybemská 38, 110 00 Praha 1	+420 226 211 000	+420 224 225 521	www.zscr.cz
Zelinařská unie Čech a Moravy (Unión vegetal de Bohemia y Moravia)	Wolkerova 17, 779 00 Olomouc	+420 585 413 619	-	www.zucm.cz

Tabla 2 Listado de organizaciones comerciales relacionadas con la importación de frutas y hortalizas a la República Checa

IX. Conclusiones y Recomendaciones

Todos los productos que son objeto del presente análisis (café, cacao, jengibre, espárragos, mango, aguacate, uvas, granada, mandarinas y quinoa) son productos muy prometedores en el mercado checo. Aunque algunos de ellos no presentan la tendencia al alza, todavía se venden en la República Checa en valores muy importantes. Hay mucha competencia por parte de fabricantes de otros países pero todavía hay espacio para que las empresas peruanas puedan marcar su presencia con más fuerza.

Pocas empresas checas compra directamente de los fabricantes extranjeros (es decir, fuera de la Unión Europea) por todos los problemas que puedan surgir (precio muy variable, necesidad de pedir con mucha antelación, lotes de producto demasiado grandes, etc.). Por eso los canales de distribución de frutas y hortalizas más importantes son a través de los importadores europeos. Es un canal mucho más favorable no sólo para las empresas checas, pero también para las empresas peruanas. Los importadores europeos no sólo tienen mucha experiencia y conocen bien el mercado internacional, pero también mantienen relaciones fuertes con los proveedores y receptores en todo el mundo. En cuanto a los proveedores de supermercados, los importadores son los que coordinan el flujo de mercancías hasta el lugar de destino. Desempeñan el papel de controlador de calidad y de proveedor de servicios de logística. Por eso los exportadores de los países en desarrollo deben contactarse y cooperar con los importadores europeos especializados. Eso refiere a los productos exóticos y los productos estacionales fuera de la temporada.

Por la situación geográfica muy favorable muchos importadores europeos pueden exportar los productos a otros países mediante la República Checa.

Por la creciente demanda de los productos ecológicos, los fabricantes de las mismas tienen una gran oportunidad para entrar al mercado checo. Pueden también presentar sus productos en la página www.green-tradenet.de y www.greentrade.net, donde los

proveedores y los compradores de los productos ecológicos se pueden buscar en el mercado virtual. Para distribuir los productos exóticos menos populares, las estrategias de marketing deben enfocarse en la educación de las partes participantes en la cadena de distribución y de los consumidores finales.

Fuentes:**Publicaciones:**

1. „Evolucja konsumpcji żywności w ciągu ostatnich 20 lat”, Ing. Olga Štiková, Wydział Ekonomiki Rolnictwa i Informatyki
2. Zpráva o stavu zemědělství ČR za rok 2014 „Zelená zpráva“

Páginas web:

1. <http://apl.czso.cz/pll/stazo/STAZO.STAZO?jazyk=EN&prvni=N>
2. http://eagri.cz/public/web/mze/tiskovy-servis/tiskove-zpravy/x2015_zprava-o-stavu-zemedelstvi-cr-za-rok.html
3. <http://eagri.cz/public/web/mze/zemedelstvi/roslinne-komodity/ovoce-a-zelenina/?fullArticle=1>
4. http://ec.europa.eu/environment/cites/info_permits_en.htm
5. http://ec.europa.eu/taxation_customs/dds2/taric/taric_consultation.jsp?Lang=cs&SimDate=20151027
6. http://ec.europa.eu/taxation_customs/dds2/taric/taric_consultation.jsp?Lang=cs&redirectionDate=20110215
7. <http://www.bedyndydomu.cz/>
8. <http://www.bezpecnostpotravin.cz/az/termin/92075.aspx>
9. <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/ekonomika/1033697-spotreba-kavy-se-od-totality-nemeni-cesi-ji-koupi-rocne-tri-kilogramy>
10. <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/ekonomika/1106824-cesi-prichazeji-na-chut-dobre-kave-rocne-vypiji-v-prumeru-400-salku>
11. <http://www.foodology.cz/zeleny-chrest-z-hostina-vstupuje-hry-svezi-duraznejsi/>
12. http://www.kurzy.cz/komodity/kakao-graf-vyvoje-ceny/nr_index.asp?A=5&idk=1&od=23.7.2012&curr=USD&default_curr=USD&unit=&lg=1
13. <http://www.kurzy.cz/zpravy/161038-spotreba-cokolady-v-cr-vzrostla/>
14. <http://www.novinky.cz/ekonomika/340135-kakaa-je-malo-cokolada-zrejme-podrazi.html>
15. <http://www.potravinodomu.cz>
16. http://www.rozhlas.cz/zpravy/priroda/_zprava/sklizen-chrestu-je-v-hostine-u-vojkovic-na-melnicku-v-plnem-proudu--1218216
17. <http://www.trvalefit.cz/pozitivni-trendy-ve-spotrebe-potravin-jime-mene-veprovehu-a-cukru/>
18. http://www.tyden.cz/rubriky/zdravi/cesi-jedi-malo-ovoce-a-zeleniny-jsou-treti-nejhors-i-v-evrope_222944.html
19. <http://www.zakonyprolidi.cz/cs/2004-235#prilohy>
20. <https://freshbedynky.cz/>
21. <https://www.czso.cz/>
22. www.celnisprava.cz/cz/aplikace