MERCADO DE LA CONSERVA VEGETAL Y EL ZUMO EN FILIPINAS

Análisis de Mercado

BECARIOS DE INTERNACIONALIZACIÓN
PLAN DE PROMOCIÓN EXTERIOR DE LA REGIÓN DE MURCIA.

Mª Ángeles Martí Bravo

Filipinas (Oficina Económica de España en Manila)

Febrero de 2005

INDICE

1. CONCLUSIONES.- 4
2. FICHA PAIS.- 6
2.1. DATOS BASICOS. 6
3. DESCRIPCION DEL SECTOR DE LA CONSERVA VEGETAL.- 7
3.1. DEFINICIÓN DEL SECTOR Y SUBSECTORES. 8
3.2. IDENTIFICACIÓN DEL SEGMENTO 9
3.3. CLASIFICACIÓN ARANCELARIA. 9
3.3.1. Datos estadísticos: ranking top 5. 10
3.4. INSTITUCIONES ADMINISTRATIVAS IMPLICADAS 11
4. CICLO DE VIDA DEL SECTOR.- 11
4.1. SITUACIÓN EN EL CICLO DE VIDA DE LA ACTIVIDAD 12
5. ANALISIS DINÁMICO: FUERZAS COMPETITIVAS DEL SECTOR.- 12
5.1. PODER DE LOS PROVEEDORES. 12
5.2. PODER DE LOS CLIENTES. 13
5.3. BARRERAS DE ENTRADA. 13
5.4. AMENAZA DE PRODUCTOS SUSTITUTIVOS. 14
5.5. RIVALIDAD DEL SECTOR. 14
6. ANALISIS DEL MERCADO.- 14
6.1. ANALISIS DE LA DEMANDA. 14
6.2. POLITICAS DE MERCADO. 15
6.2.1. Análisis del producto. 16
6.2.2. Análisis de precios. 25
6.2.3. Análisis de la distribución. 25
6.2.4. Análisis de la políticas de promoción. 27
7. ANALISIS DEL ENTORNO.- 27
7.1. VALORACIÓN DEL ENTORNO JURÍDICO Y POLÍTICO 27
7.1.1. Legislación Pertinente y exigencias de importación: 29
7.2. VALORACIÓN DEL ENTORNO ECONOMICO 30
7.3. VALORACIÓN DEL ENTORNO SOCIAL Y POBLACIONAL 30
7.3.1. Perfil del consumidor filipino. 31
7.4. VALORACIÓN DEL CAMBIO TECNOLÓGICO 32
7.5. CONCLUSIONES 32
8. POSICION COMPETITIVA.- 33
9. OPORTUNIDADES DEL SECTOR.- 34
10. RECOMENDACIONES.- 35
10.1. DIRECCIONES DE INTERÉS EN FILIPINAS. 35
10.2. GUÍA DE DIRECCIONES DE INTERÉS DEL PAÍS EN INTERNET 38
10.3. ASOCIACIONES DEL SECTOR. 40
11. BIBLIOGRAFÍA.- 42
12. ANEXOS.- 44
12.1. cuadro de P.V.P. en la principales cadenas de supermercados. 44

12.2. Listado de importadores de conservas vegetales y zumos. 48
12.3. Listado de procesadores de fruta tropical.....58
12.4. Listado de restaurantes españoles.....59
12.5. Listado de las principales cadenas de supermercados. 62
12.6. Estadísticas de importaciones en Filipinas.....64
12.7. Ferias del sector. 75

1. CONCLUSIONES.-

Tras los análisis efectuados y los datos recopilados, este estudio de mercado trata de evaluar la situación real del mercado filipino en el sector : CONSERVA VEGETAL Y ZUMOS DE FRUTAS.

Antes de considerar la decisión de exportar o no conserva y zumo a Filipinas es necesario conocer la realidad asociada a esta industria en el país y para ello resumo algunos puntos destacables que se analizan en profundidad en este estudio:

- Las condiciones climatológicas de Filipinas hacen que el mercado de la conserva sea atractivo para las empresas conserveras puesto que los alimentos en fresco son muy perecederos debido a la alta humedad del ambiente y a la carencia de una agricultura preparada.
- Además, la tecnología agrícola para obtener una materia prima de calidad, es prácticamente inexistente, lo que hace que el consumidor se vea más atraído, y a veces necesitado, de comprar producto en conserva.
- No hay una gran oferta local, pudiéndose resumir a cinco empresas destacables. Particularmente la que se sitúa en cabeza; Del Monte, actualmente no atraviesa un buen momento financiero, estando en venta la participación de uno de los principales socios capitalistas italiano.
- Las empresas conserveras locales no invierten en marketing como ocurre con casi todos los sectores empresariales en el país. La concepción del Filipino respecto a este tema es que efectivamente, el marketing es necesario, pero nunca hay dinero para ello.
- Las conservas importadas, particularmente de hortalizas, gozan de mucho prestigio. Esto es debido, en gran parte, al colonialismo que durante siglos han sufrido en el país, que les hace pensar que lo de fuera siempre es mejor que lo de aquí, y a menudo se ve reflejado en determinadas conservas que se publicitan diciendo que esta hecho al “estilo español” o marcas en nuestro idioma, algunas de ellas desaparecidas en nuestro país como es el caso de “La Molinera”.
- Hay muchos productos de este rango aún por introducir en Filipinas. En el caso de los zumos, no sólo en sabor como el melocotón, el albaricoque, etc...; sino también en tipos de envases como por ejemplo el tetra-bick. Se sigue usando el envase metálico individual de arandela aunque se está imponiendo la moda del envase en bolsa hermética.

- Según las estadísticas de importaciones recibidas del Departamento de Comercio e Industria, el mercado es abastecido por EEUU y China como principales competidores, y algunos países de la ASEAN. España junto con otros países europeos, Italia, Grecia o Alemania, tienen una presencia importante en el país. Canadá empieza a tener una presencia significativa sin olvidar la de Australia que domina la importación del producto en fresco y empieza a posicionarse en el zumo y la conserva.
- Hay un gran número de importadores filipinos para conserva vegetal y zumos de frutas que siguen todos el mismo canal de distribución, es decir, las principales cadenas alimenticias del país, Rustan, LandMark y SM.

Nos encontramos ante un mercado maduro, con una industria local muy competitiva en precios y una importante presencia internacional que apuesta por calidad .
Es un gran mercado potencial, atractivo para el producto español que goza del reconocimiento del "made in" y de las influencias hispanas de esta antigua colonia.
El Filipino no extraña sabores ni texturas porque su gastronomía aun siendo asiática, esta adaptada al gusto de la española a la que se adhieren perfectamente las conservas. Sólo en el caso de determinados frutas sería cuestión de educar el paladar puesto que son sabores desconocidos para la mayoría.

No es un mercado cerrado al producto internacional puesto que su oferta no puede abastecer a toda la demanda local y no existen trabas arancelarias.
Presenta oportunidades de mercado en nichos no suficientemente abastecidos, en aquellos en los que está muy considerada la industria española como es el caso del zumo y la conserva de tomate y en productos aún no introducidos en el mercado, variedades de frutas o productos "Bio" con mezclas de sabores, con lácteos, etc...

Innovar en presentación del producto y una buena campaña de marketing es garantía de éxito, así como conseguir una buena red de distribución ya posicionada en el país.

2. FICHA PAIS.-

2.1. DATOS BASICOS.

La República de Filipinas es un archipiélago compuesto por más de 7.100 islas situadas en la costa sudeste del continente asiático.
El país tiene un área de aproximadamente 300.000 Km. cuadrados dividida en tres regiones: Luzón, Visayas y Mindanao; divididas a su vez en 73 provincias administrativas y una población de casi 85 millones de habitantes, de los cuales más del 80% procesan la religión católica y sus ancestros son indo-malayos. El idioma oficial es el Pilipino (que tiene su origen en el Tagalo) y el inglés, el más utilizado en el comercio y la administración pública. Algunas minorías hablan chino y español.[1]

La forma de Estado es una República Democrática Presidencialista, cuyo presidente es elegido por sufragio directo cada seis años por un único mandato, no renovable. En 2001, Gloria Magapagal Arroyo, sustituyó al anterior presidente Joseph Estrada a mitad de su mandato y fue elegida por sufragio el pasado mayo de 2004.

En relación a la estructura económica del país, se ha experimentado en el PIB una progresiva subida desde 2001 ,ascendiendo al 5%, lo que se traduce en un PIB nominal de 82.650 millones de $USA en 2004, y supone un incremento del 3% del PIB de 2001, así como una destacable subida respecto al año anterior, con un PIB 79.330 millones $USA. [2]

Los datos de inflación registrados a final de 2004 son de 5.3 , y la tasa de desempleo en el país, a octubre de 2004 estaba en el 10.9%.[3]

Filipinas es miembro de la OMC desde el 1 de enero de 1995 y miembro de la ASEAN desde mediados de 1997 junto con el resto de países del sudeste asiático donde existe

[1] Para más información general del país visitar las páginas:
Población: http://www.popcom.gov.ph/
Datos Generales: http://www.gov.ph/aboutphil/general.asp

[2] Información económica del país:
Indicadores económicos : http://localweb.neda.gov.ph/~ioneda/national.html
http://www.neda.gov.ph/econreports_dbs.asp
Estadísticas económicas y sociales: http://dirp.pids.gov.ph/eismain.html
Página Consulting estadísticas (gratuita): http://www.fineprint.com

[3] Estadísticas económicas y fiscales: http://www.bsp.gov.ph/statistics/stats_SPEI.htm

una intención de crear una cooperación económica que ayude a paliar los efectos de la pobreza de esta Región. A través de ASEAN existen acuerdos con otras zonas económicas principalmente enfocadas al mercado americano (AFTA) pero también con la UE:[4]

La Cumbre Asia-Europa (ASEM), celebrada en Bangkok en 1996, impulsó la nueva estrategia para Asia. La cumbre, iniciada por la ASEAN, pone los cimientos para crear un concepto moderno de las relaciones Europa-Asia aunque en un contexto de interdependencia económica global, es esencial que la UE forje vínculos económicos más estrechos con los mercados asiáticos de rápido crecimiento. El comercio de la UE con Filipinas se totalizó, en el 2001, en 11.8 billones de euros. La UE significa el segundo mercado de exportación de Filipinas, pero por parte de la UE, Filipinas es un mercado pequeño de menos del 1%, aunque de rápido crecimiento.

El comercio de mercancía total hasta octubre de 2004 en Filipinas, subió en el 14.3 por ciento a 7.420 mil millones de dólares de 6.494 mil millones de dólares durante el mismo período del año anterior. La afluencia de dólar generada por exportaciones ascendió a 3.751 mil millones de dólares, un 12.3 por ciento más alto que el año pasado (3.340 mil millones de dólares). Del mismo modo, los gastos para bienes importados se elevaron en un 16.3 por ciento, de 3.154 mil millones de dólares a 3.669 mil millones. La balanza comercial en bienes registró un exceso para las Filipinas de 82 millones de dólares.

La actual cobertura al comercio con Filipinas, a medio y largo plazo, es abierta con restricciones cuantitativas, consistentes en un techo a la asunción de riesgos, a corto plazo, cobertura abierta sin restricciones.[5]

3. DESCRIPCION DEL SECTOR DE LA CONSERVA VEGETAL.-

[4] Cooperación Económica Asia-Pacífico: http://www.dti.gov.ph/contentment/9/62/369.jsp

[5] Cobertura Cesce para Filipinas: http://www.cesce.es/

3.1. DEFINICIÓN DEL SECTOR Y SUBSECTORES.

El sector de la Alimentación, por ser Filipinas un país eminentemente agrícola, es una de sus principales industrias, con un 14.8% del PIB en 2003, 14.28% durante el primer semestre de 2004. El país lidera en estos momentos la exportación de coco con cerca de la mitad de la producción mundial de dicho producto. Aunque el sector agrícola emplea una proporción importante de la población de este país (cerca de 10 millones de personas, un tercio de la fuerza laboral hasta 2003) Filipinas es un importador neto de productos alimenticios.

El déficit comercial en productos agrarios fue de 1.33 billones de $USA en 2002, la más reseñable según el departamento de estadística del Bureau de Agricultura, que cifra un déficit de 933 millones $ USA en 2003. Las exportaciones en Filipinas crecieron en 2003 un 17% debido principalmente a la exportación de aceite refinado y crudo de coco que supuso un 43.2% de éstas.
Las exportaciones de plátano, piña y azúcar de caña también registraron importantes subidas. Por el contrario, las importaciones cayeron un 2% debido principalmente a la menor demanda de arroz y soja.

Las principales importaciones del país en el sector son, básicamente: trigo, leche y productos derivados lácteos, soja y arroz. Estados Unidos, China, Tailandia y la India son los principales proveedores del país en cuanto a productos agrícolas. Las altas cifras de importación reflejan claramente la baja mecanización de la agricultura filipina, resultado de la poca inversión que se realiza en ella.
El coco, arroz, maicena, azúcar, plátano, piña, mango, cerdo y huevos, son importantes productos agrícolas en el país. La pesca también alcanza importantes cifras llegando a obtenerse en 2003, 3.6 toneladas métricas de producto.

En general la agricultura filipina se define por pequeños agricultores con pequeñas plantaciones, pero quien domina el mercado de la producción agrícola son empresas extranjeras como la americana Del Monte y Dole, principales conserveras del país.[6]
El mercado americano es el principal destino de la piña en conserva de Filipinas que suministran también importantes cantidades de melocotón en conserva a EE.UU., todo ello a través de estas grandes firmas.

[6] Del Monte Pacific: www.delmontepacific.com
Dole: www.dole.com

El grupo San Miguel (Filipinas)[7] domina claramente el sector de la conserva, así como casi todo el segmento de bebidas incluido zumo de frutos. La empresa ha expandido sus operaciones a través de adquisiciones de otras compañías lideres en mercados específicos. Las compañías suizas dominan el segmento de bebidas calientes, y las estadounidenses como PepsiCo, con mucha presencia en el mercado, dominan el de bebidas sin alcohol.

IMPORTACIONES DE FILIPINAS EN VALOR FOB$	AÑO 2004	%	AÑO 2003	%
ALIMENTOS Y PREPARADOS ALIMENTICIOS	2,226,942,512	5.98	1,995,951,507	5.80
PREPARADOS DE COMIDA	1,493,243,620	4.01	1,259,926,183	3.66
Fruta procesada	13,874,366	.04	14,282,872	.04
frutos secos, glaseados o cristalizados	2,730,772	.01	2,482,446	.01
mermelada, gelatina, confitura, preparada o en conserva.	4,877,177	.01	5,938,766	.02
zumos, purés y concentrados	6,266,417	.02	5,861,660	.02
Vegetales en conserva	58,567,578	.16	53,746,724	.16
vegetales secados	26,652,546	.07	23,542,205	.07
vegetales preparados y en conserva	31,915,032	.09	30,204,519	.09
Bebidas	137,909,912	.37	143,915,692	.42
Bebidas no alcohólicas	102,077,658	.27	93,629,687	.27
Cereales	525,375,647	1.41	522,856,036	1.52
fruta fresca	10,414,425	.03	12,054,311	.04
vegetales en fresco	6,258,683	.02	6,198,162	.02
nota:los datos de 2004 son hasta el mes de Noviembre. Fuente: Departamento de Comercio e Industria de Filipinas				

3.2. IDENTIFICACIÓN DEL SEGMENTO.

El segmento objeto de este estudio, dentro del sector de alimentación, es el del preparado de fruta y verdura en conserva así como el de zumo de frutas tanto a granel como envasado y preparado para el consumo final.

3.3. CLASIFICACIÓN ARANCELARIA.

[7] San Miguel Filipinas: www.sanmiguel.com.ph

Código arancel HS[8]	Descripción producto	% en 2004
	CONSERVAS. (PSCC:0545)	
0702.00	Tomate	10
0703.10/20/90	Cebolla, ajo, otros...	20-40
0704.10/20/90	Coliflor, coles de bruselas, otros...	3-40
0708.10/20	Vegetales leguminosos	10-20
0709.10/20/40/52/59/60	Espárragos, champiñón, otros...	10-20
20.09	**ZUMOS (PSCC: 057/058/059)**	
2009.11/12/19	Naranja	1-7
2009.21/29/31	Pomelo	7-10
2009.41/49	Piña	10
2009.50/61/69	Tomate	3-10
2009.71/79	Manzana	7
2009.80/90 [9]	Otros zumos, mezclas, preparados frutas	10

Además de los aranceles mencionados, hay que añadir el 10% de IVA aplicable a todos los productos en el país.

3.3.1. Datos estadísticos: ranking top 5.

Los mayores importadores en el mercado filipino en el año 2003 fueron[10]:

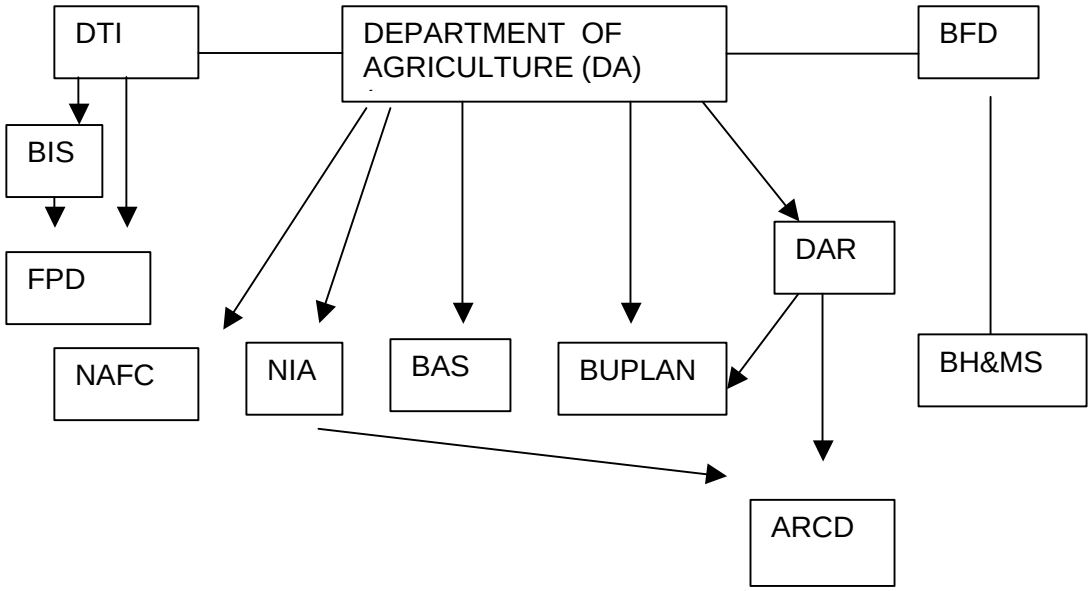
	Conserva vegetal		**Zumo de frutas**	
	País	Valor ,000 $	País	Valor ,000 $
1º	EE.UU.	1.706.893	Alemania	1.059.736
2º	Alemania	1.477.483	EE.UU.	925.682
3º	Japón	1.314.700	Francia	710.906
4º	Reino Unido	1.059.649	Holanda	663.106
5º	Francia	991.960	Reino Unido	580.982
6º	Italia	594.739	Bélgica	518.887
7º	Holanda	474.127	Japón	425.169
8º	Bélgica	392.448	Canadá	404.878
9º	Canadá	363.659	Italia	231.628
10º	España	344.385	Austria	203.475
11º	Rusia	254.966	España	170.983

[8] El sistema armonizado es cada vez más utilizado en Filipinas y en la mayoría de los departamentos gubernamentales trabajan tanto con el HS como con el código arancelario local: PSCC (Philippines Standars Commodity Code)

[9] Véase desglose de este código arancelario:058; en las estadísticas de importación del anexo VI según el sistema arancelario filipino.

[10] Estadísticas Internacionales: http://www.intracen.org/tradstat/welcome.htm

3.4. INSTITUCIONES ADMINISTRATIVAS IMPLICADAS .



DTI: Department of Trade and Industry

DA: Department of Agriculture

DAR: Department of Agrarian Reform

BFD: Bureau of Food and Drugs

BIS: Bureau of Import Service

FPD: Food Product Division

NAFC: National Agricultural and Fishery Council

NIA: National Irrigation Administration

BAS: Bureau of Agricultural statitstics

BUPLAN: Bureau of Plan Industry

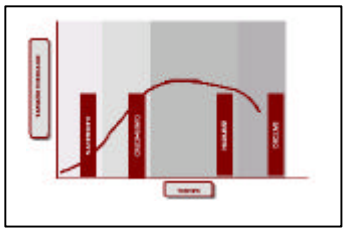
ARCD: Agrarian Reform Communities Development

BH&MS: Bureau of Health and Medical Services.

4. CICLO DE VIDA DEL SECTOR.-

4.1. SITUACIÓN EN EL CICLO DE VIDA DE LA ACTIVIDAD

La industria de productos agroalimentarios es relativamente madura en Filipinas. Esta compuesta por un reducido número de multinacionales ubicadas en el país, que son las que dominan el mercado, y una parte muy reducida de pequeñas empresas locales con muy poca presencia. Por otro lado, empresas distribuidoras tanto del entorno asiático (más del 50% de estos son traders chinos), como europeas y norteamericanas, también tienen una presencia destacada en dicho mercado, donde las posibilidades de innovación en productos son pocas y donde hay una clara tendencia en consumir productos según las modas del mercado americano y los cánones de su estilo de vida, marcando la evolución de los mercados Filipinos, especialmente en las bebidas, donde se incluyen los zumos de frutas.



El sector, pues, podemos decir que está en una fase de estancamiento y esto nos hace ver la importancia de innovar en un mercado muy copado, tanto en sabores, como en texturas y sobre todo en calidades; con la importancia además de los canales de distribución muy enfocados desde hace más de 30 años en sus operaciones a la importación.

El sector es muy competitivo en precios y prácticamente imposible acceder al mercado si no es competiendo en calidad.

5. ANALISIS DINÁMICO: FUERZAS COMPETITIVAS DEL SECTOR.-

5.1. PODER DE LOS PROVEEDORES.

El mercado de la conserva y el zumo en Filipinas está muy concentrado en manos de unos pocos grandes productores que son empresas multinacionales afincadas principalmente en la isla sur del país, Mindanao, donde tiene sus propias plantaciones.

Entre ellas destacan Dole Filipinas, o Del Monte Filipinas, propietarias de las plantaciones más importantes del país entre las que se encuentran la de piña, banana, durian, y otras frutas tropicales de la zona en las ciudades de Davao y Cagayán de Oro respectivamente.

Existe también un número muy reducido de distribuidores de productos importados con redes por todo el país que tienen Manila como centro de operaciones.

5.2. PODER DE LOS CLIENTES.

El consumo medio por Filipino en el sector alimenticio durante los últimos años ha sido el que a continuación muestra la tabla:

	2000	2001	2002	2003
Comida, bebida y tabaco (US$ m)	21.222	20.060	21.132	21.842
Comida, Bebida y tabaco (% de la cesta de la compra)	40,2	39,9	39,6	39,6
Consumo de carne (kg por cabeza)	27	28	28	28
Consumo de leche (litros por cabeza)	23	19	19	20
Consumo de fruta (Kg por cabeza)	99	95	96	98
Consumo de vegetales (kg por cabeza)	62	62	63	63
Confeccionados, volumen de ventas (Tn)	83	86	90	91
Volumen bebidas sin alcohol (m litros)	3.474	3.657	3.963	4.179

Fuente: Economist Intelligence Unit.

Como puede apreciarse el Filipino gasta casi un 40% de la cesta de la compra en alimentación, por motivos, no sólo de necesidad, sino por que, como es bien conocido, al Filipino le gusta comer, festeja sus actos comiendo y es parte de la cultura filipina el que haya comida en abundancia y a todas horas.

Esto le hace situarse como una fuerza importante en el mercado, puesto que es un gran demandante de productos alimenticios y en especial de productos sanos, en donde la conserva vegetal (para sus platos elaborados) y la fruta (en todos sus estados) son claramente demandados para postres y meriendas. Y en particular, existe un núcleo de demanda importante que busca el producto importado de calidad y que paga una imagen de marca además de una calidad de conserva que no se produce en al industria local.

5.3. BARRERAS DE ENTRADA.

En la conserva, únicamente el pescado tiene determinadas trabas arancelarias a destacar, pero no existen barreras de entrada, ni para la conserva vegetal, ni para bebidas sin alcohol, como es el caso de los zumos de fruta, más allá de los aranceles que varían en función del producto y de su propia producción local.

Si que es necesario solicitar al Departamento de importaciones los correspondientes permisos como detallamos más adelante en el punto 7.1.1 de este estudio.

5.4. AMENAZA DE PRODUCTOS SUSTITUTIVOS.

El único producto sustitutivo que cabría destacar para la conserva vegetal y al zumo de frutas, es el propio producto en fresco que, en ocasiones, es muy difícil encontrar en el mercado filipino, como es el caso de la alcachofa o frutas como el melocotón, albaricoque, naranja, etc...La dificultad de encontrar este tipo de productos, se debe a la larga duración (6 meses) de la llamada estación seca, a lo que habría que añadir, que la agricultura local en el país es aún bastante precaria y no goza de sistemas que permitan mantener la producción durante periodos prolongados, ni la obtención de productos de calidad aptos para el consumo en fresco o para el preparado en conserva como ocurre por ejemplo con el tomate, de muy baja calidad.

5.5. RIVALIDAD DEL SECTOR.

Los cuatro principales competidores del sector del procesado de alimentación son Nestlé (Suiza), San Miguel (Filipinas), JG Summit (Reino Unido) y Unilever (Holanda). Estas cuatro multinacionales dominan una cuarta parte del mercado. En la actualidad, el grupo San Miguel está considerando hacerse con el 40% del grupo Del Monte Pacific, salido a licitación, y que está en manos hoy del grupo italiano Cirio.

6. ANALISIS DEL MERCADO.-

6.1. ANALISIS DE LA DEMANDA.

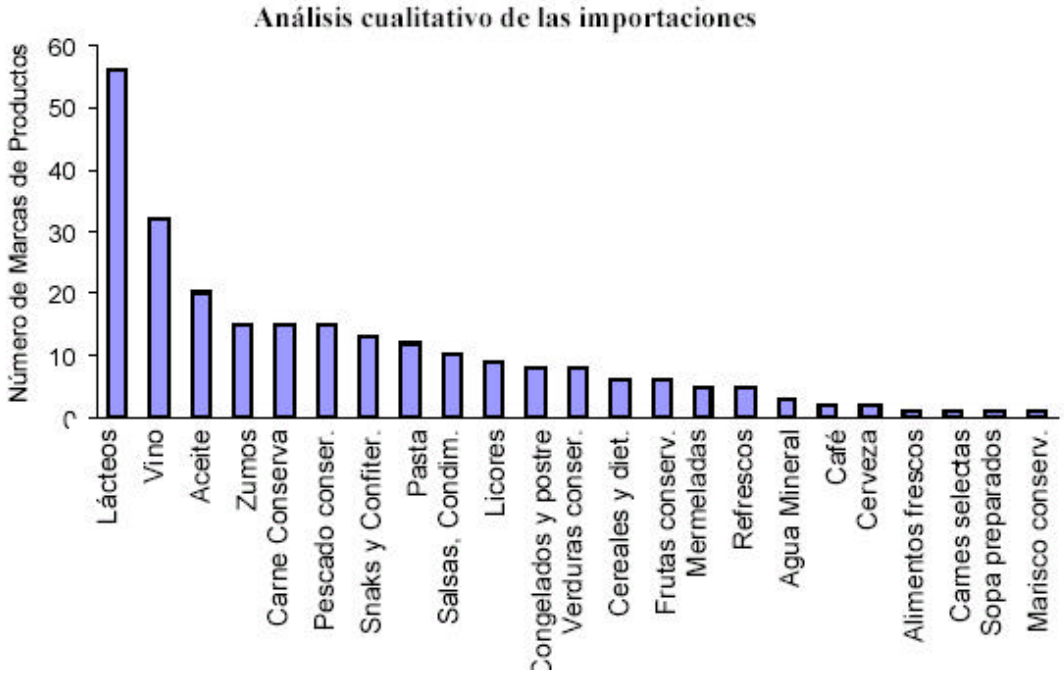
Filipinas es un país alto consumidor de pescado (el noveno en el mundo) y de fruta, medio en consumo de vegetales y bajo consumidor en carne y productos lácteos, reflejo de la baja producción local disponible. En el total de importaciones del país, un 5-6% corresponden a las importaciones de productos alimenticios. Los gastos de este capitulo de “Comida y Bebida”, han crecido fuertemente en los últimos años y las expectativas de crecimiento son del 7.8% en el periodo de previsión 2005-2009 tal y como muestra la gráfica a continuación:

	2005	2006	2007	2008	2009

Gastos de consumo					
Comida, bebida y tabaco (US$ m)	24.975	26.580	28.454	30.720	33.242
Comida, bebida y tabaco (% de gasto)	39,4	39,1	38,9	38,6	38,3
Comida					
Consumo de carne (Kg por persona)	29	30	30	31	32
Consumo de leche (litro por persona)	21	21	21	22	22
Consumo de fruta (Kg por persona)	102	103	105	107	109
Consumo de vegetales (Kg por persona)	64	65	65	66	66
confeccionados, volumen ventas (´000 tn)	94	96	97	99	100
Bebidas					
Consumo de café (kg por persona)	2	2	2	2	2
Bebidas alcohólicas, volumen ventas (l)	1.255	1.271	1.291	1.316	1.341
Bebidas sin alcohol (litros)	4.684	4.910	5.179	5.497	5.826

Fuente: Economist Intelligence Unit 2004

En el análisis cualitativo de la demanda en los principales sumerpercados de Metro Manila (SM, Rustan´s, Landmark y Robinson´s Galleria) se pueden encontrar un número aproximado de 225 marcas de productos importados de alimentación y bebidas de frutas. A continuación se detalla por sectores donde apreciamos un total de unas 10 marcas en verduras en conserva y unas 18 en zumos de frutas:



6.2. POLITICAS DE MERCADO.

6.2.1. Análisis del producto.

TOMATE.-

La producción de tomate es junto con la col, la cebolla y el ajo las de mayor cifra en el país, con una total de producción durante los años comprendidos entre 1997 y 2002 de 888.080,64 Tn en fresco lo que supone una media entorno al los 150.000Tn/año.

Existe una gran variedad en el tomate cultivado en Filipinas: White Apollo, Super Apollo, cuatro cantos, hofit, Cagayan bilog, pedada, pope, 403, etc... El más demandado de ellos es el White Apollo, particularmente en Luzón. (isla principal, donde se encuentra la capital, Manila)

El tomate es igualmente consumido tanto en fresco como procesado, puesto que es un ingrediente básico en preparados de comidas.

Hay varios procesadores de tomate en el país y tienen una variedad de opciones en la fabricación del tomate preparado para la pasta. La Compañía de Recursos Bukidnon, Inc. (El BRCI) usa el tomate 403 debido a su textura fina y carne brillante roja que no necesita ningunos aditivos en color. Esta es una variedad local abundante en Bukidnon. En Ilocos Norte, la Northern Food Corporation prefiere la variedad Hofit debido a su suministro sostenible que cede 42 toneladas métricas por hectárea (mt/ha) y pasta de buena calidad. Los procesadores locales a pequeña escala en Laguna, prefieren, sin embargo, el UC-204 debido a su tamaño de fruta grande con el color brillante rojo que contiene altos sólidos solubles.

Las Filipinas importan zumo de tomate, ketchup de tomate, y tomates frescos enfriados. Los proveedores principales del zumo de tomate durante la última década han sido Australia, Hong Kong, y Singapur. El ketchup de tomate fue suministrado por los Estados Unidos y los tomates frescos enfriados por Australia.

Entre las formas de productos de tomate exportadas del país, el ketchup ocupa la cifra más grande que se destina principalmente a China y el restante a Australia.

La producción local de pasta de tomate es baja. La elaboración local de este producto sufre del cultivo inadecuado de tomates frescos, lo que hace necesaria su importación en cantidades importantes. La importación de la pasta de tomate es principalmente a granel, para su posterior elaboración y / o re-envasado en paquetes para la venta al público.

Los mayores exportadores son los EEUU, Turquía y Chile. La demanda importante de este producto es el resultado de unas preferencias entre los consumidores filipinos en la

utilización de la salsa de tomate en una gran variedad de sus platos favoritos de tipo occidental (pasta, pizzas, hamburguesas, carne, etc...) y local.
La presencia española e italiana es también importante donde encontramos marcas como La Molinera, Asensio, etc...

CHAMPIÑÓN.-
En Filipinas, muchas especies de setas comestibles crecen bajo árboles y arbustos, sobre árboles muertos, y sobre la basura de granja que se pudre. Entre las especies más populares en el país están: el abalone (Pleurotus ostreastus), el champiñón o la seta (Agaricus besposus), y la taingang daga (Auricularia volvacea). Entre estas especies, el más extensamente cultivado es el kabuting que pandea (Volvariella volvacea).

Las importaciones de seta en las Filipinas vienen principalmente en fresco/ enfriado, congelado, comestible, secado, deshidratado, y preparado/ conservado.
El país importó un total de 116.986 kilogramos en 2002 valorados en 231.980$ (FOB). Estas importaciones vienen principalmente de : Hong Kong, Singapur, China, Australia; mientras que las exportaciones fueron de a penas 440 Kg.

ZANAHORIA.-
Las Filipinas importan la zanahoria en varias formas: fresco o enfriado, secado, todo, corte, pulverizado, y preparado o conservado. Las importaciones de estos productos empiezan a ser significativas en 2002 con 10.600kg importados en valor FOB $ 22.960 de zanahoria preparada.
Su producción es escasísima y su importación en fresco muy elevada, casi toda de Australia.
Las exportaciones de este producto son prácticamente nulas, únicamente en los preparados pre-cocinados en conserva y su utilización en mezclas de zumo tampoco existen en el país.

ESPÁRRAGO.-
La exportación local de espárrago fue en 2002 de 3644015 Kg., 7.873.948 $, en su mayoría tratado por la multinacional americana Dole, en su sede en Filipinas. El gran mercado de destino de este producto es Japón, donde lleva desde principios de los noventa intentado hacerse hueco en dicho mercado, pero también en Corea, Hong-Kong

o China. Filipinas es aún un pequeño productor de espárrago si lo comparamos con países como Estados Unidos, Perú o Méjico, a pesar de estar muy posicionado, hoy en día, en el mercado japonés, siendo el primer exportador de espárrago en este país.
Las importaciones de este producto se cifran en 3.030 Kg., 1335$ USA en 2002, que llegan principalmente vía Singapur.

ALCACHOFAS.-
La producción local de este producto es prácticamente inexistente y la venta de él en conserva es toda importada en Filipinas.
Sus cifras de importación no son muy elevadas y no hay un gran consumo de ellas. Son apenas dos o tres marcas las que operan en el mercado y su calidad no suele ser de primera. (14/16 piezas por envase). Es un producto en general bastante desconocido y poco apreciado.

PIMIENTO.-
Aunque hay consumo de este producto en fresco en sus tres variedades, rojo, verde y amarillo, no hay mucha demanda de él en conserva y es que no es un producto afín a la gastronomía del lugar. Puede encontrarse en los hipermercados pero, casi todo es importado, particularmente de España bien con marca propia, bien con marca blanca como por ejemplo “La Molinera”. La marca local “Sevilla” es la única que produce pimiento en conserva que envasa cortado en datos y aunque no es un producto elaborado de calidad si que es muy competitivo en precios.

MAIZ.-
La variedad de maíz local que se encuentra en el mercado se clasifica por su color: amarillo, blanco y mezclado.
Entre las principales producciones agrícolas del país se sitúa el maíz con un total de 4.6 Tn métricas en 2003. Comparado con el resto de países del Sudeste Asiático, Filipinas es el tercer mayor productor de maíz detrás de Tailandia e Indonesia.

El maíz tiene menos carga política que el arroz en Filipinas, pero es el segundo cultivo en importancia. De los tipos de maíz existente, el blanco se utiliza tanto para la alimentación de las personas como de los animales y el amarillo exclusivamente para los animales. Aproximadamente un 22% de la producción se utiliza para el consumo humano. Esta demanda no se ha incrementado en los últimos años pero ha sido necesario acudir al mercado internacional, especialmente a Argentina y Estados Unidos ante la incapacidad

de los productores de maíz locales que son normalmente pequeños granjeros. La actual participación del cultivo de maíz en el valor añadido total de agricultura es del 14.40% duplicada en los últimos 40 años, pero como decimos insuficiente para la industria local.

Las importaciones de producto preparado en conserva llegan principalmente de Tailandia y de Estados Unidos con un valor total FOB $USA en 2002 de importaciones igual a 2.626.308. Su exportaciones a penas asciende en 1.402 Kg según el Departamento de Agricultura.

ZUMOS.-

Los zumos que encontramos en el mercado Filipino los podemos clasificar en dos grupos: aquellos que se producen en el país en su mayoría de frutas tropicales locales tales como el mango (en sus dos variedades); la piña, lychee, daladam, papaya, sandía, lanzones, variedades mezcladas, etc...., y los que provienen del exterior en los que predominan los sabores y frutas cuya producción no es muy alta o no existe en Filipinas, como principalmente ocurre con la naranja, pero también con el melocotón o con la uva.

Hay que tener en cuenta que, la naranja y la manzana fresca que se está importando a Filipinas hoy, procede en su mayor parte de China, lo que supone precios muy bajos, pero que está ayudando a establecer unas preferencias y gustos para estas frutas entre los consumidores filipinos, por lo cual es cada vez más fácil introducir estas variedades de zumos y que sean cada vez más demandada la calidad de nuestros productos.

El zumo de naranja proviene en su mayoría de Estados Unidos y últimamente, no sólo en este sector, está habiendo una fuerte presencia agresiva de la oferta canadiense.

La representación española y europea en naranja es únicamente abastecida por la marca Don Simón y es que, es este un nicho poco competitivo en calidad aún, que es lo que nuestros zumos tienen.

No hay que olvidar mencionar la producción agrícola más importante del país, el coco, que produce en Filipinas aproximadamente la mitad de la producción mundial. Dentro de sus múltiples derivados se comercializa dentro del segmento del zumo productos como la nata de coco, la leche de coco, el agua de coco, manufacturado por la industria local.

También hay que mencionar entre los principales cultivos del país el plátano en sus múltiples variedades, que se distribuye a nivel mundial por las multinacionales Dole, Del

Monte, Chiquita y Sumitomo, y se emplea en la distinta oferta de zumos locales de mezcla de frutas.

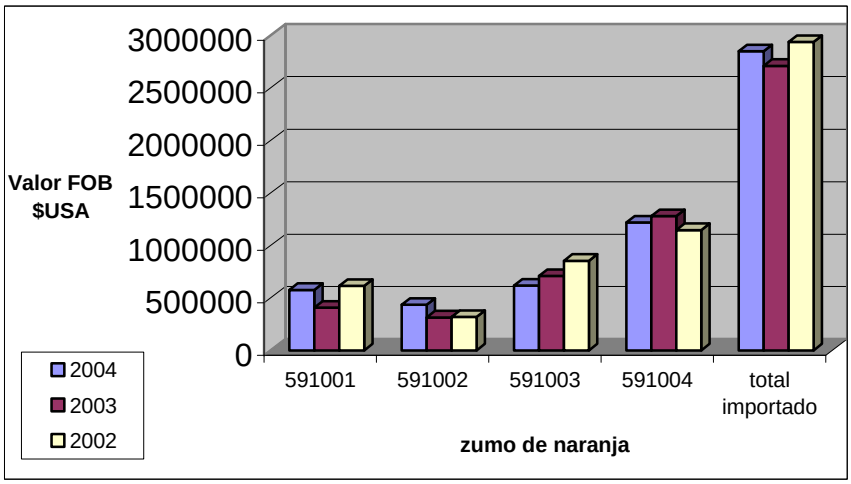
Es necesario reseñar por último que, la fruta local ha sufrido incremento en sus precios debido a su fuerte demanda en el exterior en mercados donde se cotiza muy cara como Japón, Singapur, Corea, Hong Kong,..., esto ha provocado también mayor demanda de producto preparado que natural.

La pequeña industria local curiosamente trabaja sabores más occidentales que con las frutas tropicales de la zona, pero es gran parte debido a que sus elaboraciones de zumo no son más que mezclas de aromas y sabores bastante acuosas que en su mayoría no contienen ninguna proporción de concentrado de fruta y ello les permite trabajar con precios increíblemente bajos.

En cuanto a las exportaciones Filipinas se caracterizan por vender casi el total de su producción en fresco teniendo a China como principal mercado para la piña y el plátano siendo el primer y segundo proveedor de cada producto respectivamente, así como el mango, también el mayor segundo proveedor tras Tailandia según cifras de 2003.
Filipinas tiene también a Japón y Corea como mercado para el mango y en ambos ocupa el primer puesto estadístico.
Veamos a continuación gráficas de las importaciones filipinas para el zumo de frutas por sabores de los últimos años según el Departamento de Agricultura y el de Comercio e Industria. (Los datos de 2004 sólo incluyen hasta el mes de Noviembre)

ZUMO DE NARANJA.-

ZUMO NARANJA	AÑO	2004	AÑO	2003	AÑO	2002
	Cantidad	Valor	Cantidad	Valor	Cantidad	Valor
PSCC:0591001	595001	577144	547159	406318	629585	615074
PSCC:0591002	572342	434298	363466	314232	347334	320053
PSCC:0591003	588685	618114	585472	708575	1112793	854790
PSCC:0591004	2128533	1220425	2266085	1281218	1694395	1147463
total importado	3884561	2849981	3762182	2710343	3784107	2937380



El total importado en valor FOB $ USA en 2004 hasta el mes de Noviembre fue de 2.849.981, de los que, según la clasificación arancelaria de la tabla, en el primer grupo correspondiente al zumo de naranja concentrado congelado el ranking por países importadores fue: Israel (61%), la UE (26%) en donde hay que destacar que un 10% corresponde a Holanda y un 7 a Alemania, y USA (11%).

Del segundo grupo arancelario correspondiente a no concentrado congelado, las importaciones también son encabezadas por Israel en un 56% seguidas por Holanda (28%) y USA (6%).

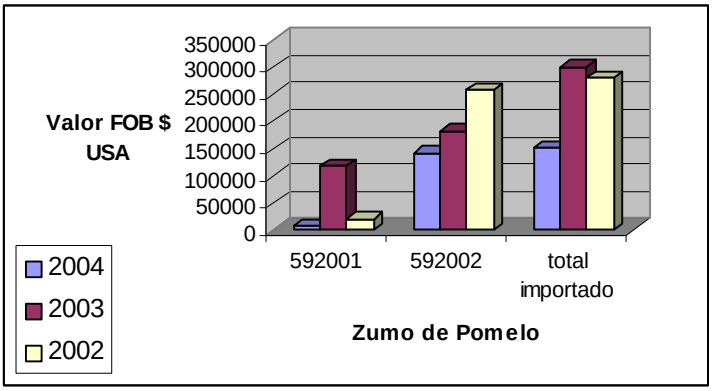
En ambos casos no ha habido importación española y la del año anterior 2003 era muy poco significativa.

En los no congelados, el tercer cogido arancelario lo encabeza Alemania con un 68% de la importación en 2004. Por detrás están USA (8%), Australia (2.5%), Malasia (2.5%), Taiwán (2%), Canadá (2%). España tan solo cuenta con una cifra del 0.4% del total importado.

En cuanto al último código de no concentrado no congelado, Tailandia es la más destacable con un 40 % de las importaciones seguida de Chipre con un 16% y Australia un 14%.La importación española es de 1.4% en este caso.

ZUMO DE POMELO.-

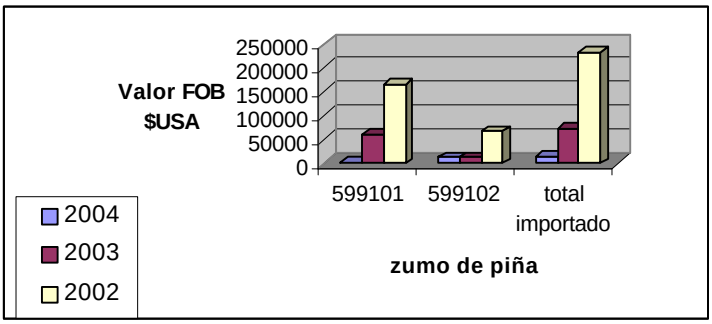
ZUMO POMELO	AÑO	2004	AÑO	2003	AÑO	2002
	Cantidad	Valor	Cantidad	Valor	Cantidad	Valor
PSCC:0592001	22108	8888	124576	118480	25596	20668
PSCC:0592002	273424	141369	476390	181833	585992	258574
total importado	295532	150257	600966	300313	611588	279242



El total de zumo de pomelo importado asciende en 2004 a 150.257 $ USA en valor FOB. Prácticamente en su totalidad es importado de USA, un 50% en el caso del concentrado y un 40 % en el que no lo es. Australia también tiene fuerte presencia para esta variedad de zumo con un 23% a ambos casos, seguido de un 15% proveniente de Malta para el concentrado y un 15% español en el caso del segundo código arancelario de no concentrados.

ZUMO DE PIÑA.-

ZUMO PIÑA	AÑO	2004	AÑO	2003	AÑO	2002
	Cantidad	Valor	Cantidad	Valor	Cantidad	Valor
PSCC:0599101	3914	2322	59497	58951	169042	163940
PSCC:0599102	23629	12772	19790	12866	85766	66830
total importado	27543	15094	79287	71817	254808	230770



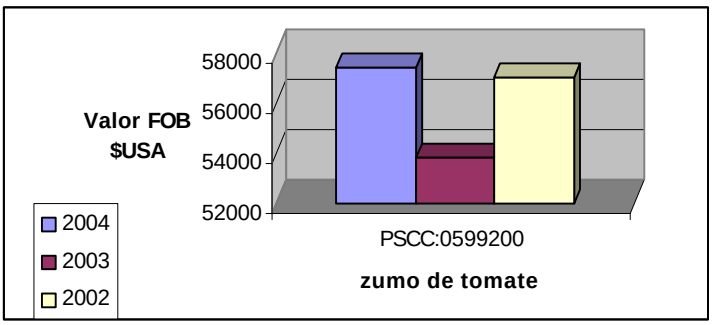
En el caso de la piña la importación es de tan sólo 15.094$ USA para el 2004 y es que este es uno de los principales productos de al agricultura Filipina.

Aún así, el 71% de las importaciones de zumo concentrado viene de Dinamarca o vía Singapur, mientras que los no concentrados vienen en un 46.7% de España seguidos de un 27% de Dinamarca y un 20% de Singapur.

Como puede apreciarse en la gráfica la tendencia estos últimos 3 años ha sido decreciente.

ZUMO DE TOMATE.-

ZUMO TOMATE	AÑO	2004	AÑO	2003	AÑO	2002
	Cantidad	Valor	Cantidad	Valor	Cantidad	Valor
PSCC:0599200	133170	57418	133916	53832	145610	57045
total importado	133170	57418	133916	53832	145610	57045

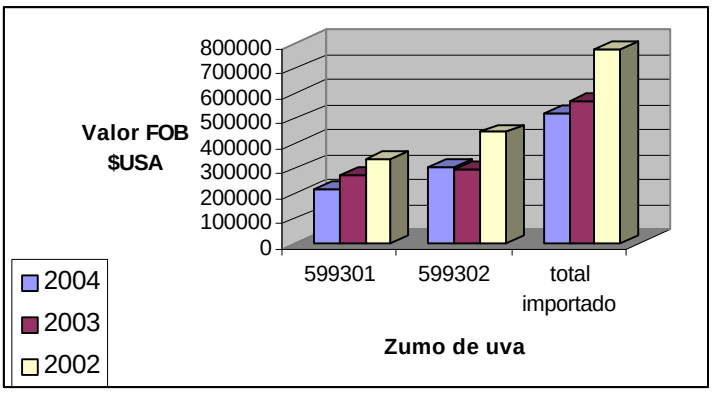


El total de importación de zumo de tomate importado de 57.418 $USA valor FOB tiene a España como su principal proveedor con un 25.5% del total, el doble que el año anterior. Le sigue USA con un 20% de zumo de tomate importado y Australia con un 14.5%.

Destaca la calidad de este producto frente al resto, y presenta ciertas garantías de mercado.

ZUMO DE UVA.-

ZUMO UVA	AÑO	2004	AÑO	2003	AÑO	2002
	Cantidad	Valor	Cantidad	Valor	Cantidad	Valor
PSCC:0599301	291091	214179	403103	271966	535893	335225
PSCC:0599302	824402	305698	524482	294163	862154	443968
total importado	1115493	519877	927585	566129	1398047	779193



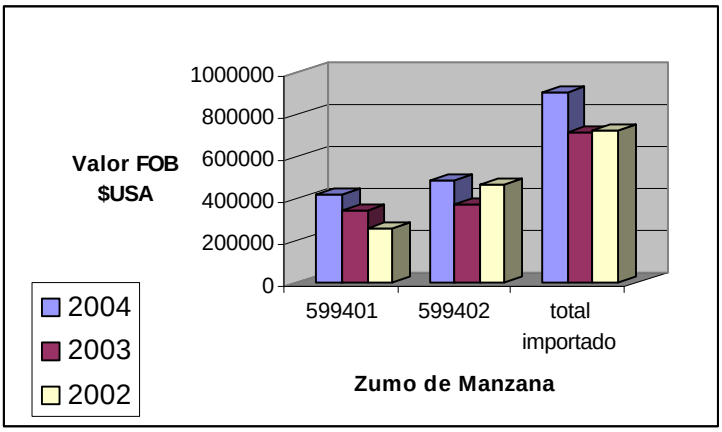
El zumo de uva con un total de 519.977 $ FOB USA, tiene como principal proveedor a Sudáfrica con cifras en torno al 25% tanto no concentrado como el concentrado que en un 54% viene de USA. China empieza a tener una destacable presencia en este producto con un 20% del segundo código correspondiente al no concentrado equiparándose a las

importaciones de Australia que han sufrido con ello una reducción en sus importaciones de zumo de fruta.

La UE tiene una fuerte presencia en este producto de la mano casi en su totalidad de Bélgica España importa un 2% del zumo de uva a Filipinas y las importaciones , como se aprecia en la gráfica siguen ritmo ascendente.

ZUMO DE MANZANA.-

ZUMO MANZANA	AÑO	2004	AÑO	2003	AÑO	2002
	Cantidad	Valor	Cantidad	Valor	Cantidad	Valor
PSCC:0599401	885675	417770	574081	346325	329490	260448
PSCC:0599402	1310071	484382	940791	369365	1076078	465099
total importado	2195746	902152	1514872	715690	1405568	725547

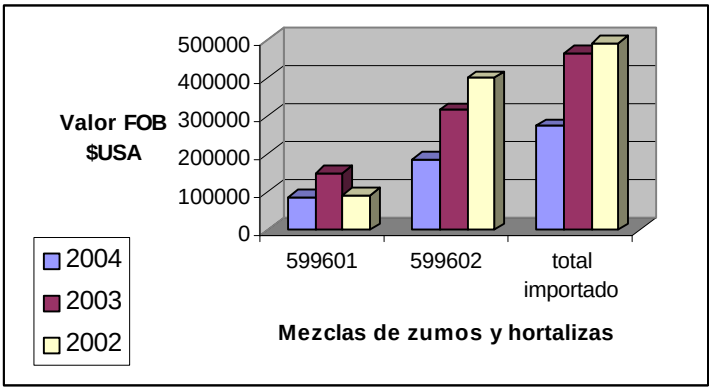


El total de zumo de manzana el pasado 2004 hasta Noviembre ha sido de 9020.152$ USA, valor FOB. Filipinas importa este zumo de manzana de Australia, China y USA principalmente. China suministra un 40% del concentrado de manzana pero en el no concentrado encabezado por Australia con un 27% , España ocupa el 2º lugar con un 16%

Este tipo de zumo ha sufrido un incremento en sus importaciones de los dos años anteriores al 2004 bastante considerable como dice la gráfica arriba representada.

ZUMO DE MEZCLAS DE FRUTAS Y HORTALIZAS.-

ZUMO MEZCLAS	AÑO	2004	AÑO	2003	AÑO	2002
	Cantidad	Valor	Cantidad	Valor	Cantidad	Valor
PSCC:0599601	115027	86075	140729	150867	165447	91909
PSCC:0599602	428511	188179	600753	315531	675896	400060
total importado	543538	274254	741482	466398	841343	491969



Dentro de los zumos de frutas y hortalizas mezclados con una cifra total de importación en 2004 de 274.254 $USA Valor FOB, el mercado los abastecen Sudáfrica, USA y Australia principalmente, pero hay una presencia muy destacable en el último año de los mercados de la Europa del este, principalmente Polonia. La presencia española está entorno al 2% en este tipo de productos.

6.2.2. Análisis de precios.

Los precios a los que se comercializan las conservas vegetales locales son menores que los de las conservas vegetales importadas, donde se incluyen, por supuesto, las españolas.

Si tenemos en cuenta los altos precios que suponen una estrategia adecuada de marketing y añadimos los costes de flete y seguro de mercancías así como las comisiones en créditos documentarios (en caso de ser utilizados), es evidente que el reflejo de esto va a ser un precio que va a estar muy por encima del local, que goza de unos costes mínimos, con los que es difícil competir vía precio.

En el Anexo 1 de este informe puede verse el desglose de marcas y precios venta al público en las principales cadenas de supermercados del país: SM, Landkmark o Rustan.

6.2.3. Análisis de la distribución.

Los canales de distribución empleados para conservas y zumos en Filipinas son los mismos en general que para todos los productos alimenticios. El más extendido es a través de mayoristas-distribuidores como los grandes hipermercados pero, también las pequeñas tiendas de ultramarinos llamadas Sari-saris, los mercados al aire libre que son canales significativos, así como las grandes compañías de servicios como Jollibee[11],

[11]Jollibee: www.jollibee.com.ph

dominante en el sector de la restauración con más de 400 establecimientos por toda la geografía nacional.

Se podría hablar de una revolución en los sistemas de distribución, que se están trasplantando en cadenas especializadas y almacenes descuento, grandes centros comerciales o "mega-malls", hipermercados y sistemas similares.

Las grandes cadenas de supermercado como LandMarck, Rustan y SM son, como decíamos las más destacables, y a menudo, ofrecen garantías debido al gran volumen de producto que manejan y normalmente cuentan con su propio almacén y facilidades de transporte por navegación por el país. Por otra parte, otras cadenas como la holandesa Makro está dominando con fuerza, como importante cadena de distribución en el país.

Makro ha supuesto la gran revolución en el mercado Filipino y la importación de producto al país ha adquirido el "modus operandi" del mercado europeo desde su entrada en el mercado filipino, es decir, para cada producto que se pretenda introducir en el país, se paga 50$ por referencia por supermercado.

Los establecimientos más especializados como las cadenas de gourmet o las boutique de la alimentación también son una opción muy a considerar para el pequeño proveedor extranjero. Estos establecimientos importan sus propios productos y pueden ser una vía de acceso para la entrada en el mercado filipino de productos extranjeros de calidad.

A nivel nacional hay que destacar que sólo las grandes empresas cuentan con sucursales o capacidad para la distribución en otras ciudades como Quezón, Davao y Cebú, dada la precariedad de infraestructuras en las redes de transporte.

Las redes de transporte en Filipinas son deficientes. El transporte marítimo es la modalidad principal, por tratarse de un archipiélago y ser la forma más lógica, aunque costosa, de transporte. Según crece la economía, el intercambio de bienes aumenta en volumen y frecuencia y se puede decir que , un 99ª% de los productos agroalimentarios se transportan por esta vía. Las principales rutas cubren los puertos de Manila, Cebú, Cagayán de Oro, Davao, Iloilo y General Santos.

Como puede apreciarse son varias las alternativas para vender producto en el país y cada estrategia tiene sus ventajas y desventajas.

6.2.4. Análisis de la políticas de promoción.

Teniendo en cuenta que las mejores actividades de promoción, en este sector en Filipinas, son aquellas que pretenden acceder a un grupo muy concreto de individuos, resulta conveniente utilizar formas de comunicación selectiva.

De esta manera, más efectivo y menos costoso que la publicidad de estos productos en televisión, son los anuncios en prensa escrita, cuyos lectores son normalmente de clase social media-alta.

Esta es una buena técnica cuando lo que se pretenda es que el consumidor conozca la marca. Pero sin lugar a dudas, la mejor manera de promocionar y potenciar las ventas de conserva vegetal es a través de los propios puntos de ventas.

La distribución de muestras, para degustaciones, hacen que el consumidor potencial pruebe el producto, cuando muy probablemente de otra forma no llegara a hacerlo. Esta es la mejor manera para darlo a conocer.

La impresión de catálogos publicitarios ha de ser muy cuidada, vistosa e imprescindiblemente en inglés.

En el caso de la industria de las bebidas sin alcohol, los cambios en los gustos de los consumidores locales han ido cambiando. Esto es debido en buena parte a la tendencia de vida sana y a la moda de bebidas energéticas saludables, favorecido por un marketing agresivo que ha introducido estos nuevos productos.

Hay una tendencia cada vez mayor al consumo de cerveza sin alcohol, aguas minerales y bebidas energéticas así como zumos de frutas de las más diversas variedades.

7. ANALISIS DEL ENTORNO.-

7.1. VALORACIÓN DEL ENTORNO JURÍDICO Y POLÍTICO

El Código Nacional de Rentas Internas de 1987 (National Internal Revenue Code), el Arancel y Código de Aduanas de 1978 (Tariff and Customs Code) y el Estatuto del Banco Central son las leyes que establecen las principales bases jurídicas para las leyes fiscales del país.

Además, existe un Convenio suscrito entre España y Filipinas para evitar la Doble Imposición (BOE núm. 299 del 15 de Diciembre de 1994)

La Constitución Filipina ordena que la regulación sobre asuntos fiscales debe ser uniforme, equitativa y progresiva. Así en 1997 fue aprobada por el Congreso y Senado filipinos la Tax Reform Act (Republic Act 8424) que a su vez modificó varios aspectos del

Código Nacional de Rentas Internas de 1987. El programa fiscal está formado por tres componentes que fueron aplicados en varias fases. Estos componentes son:

La reforma de impuestos indirectos: esta legislación modificó la Ley del IVA, ampliando su cobertura a más sectores y profesionales de la economía y los impuestos de accisa de las bebidas alcohólicas y tabaco, la automoción, regulación de impuestos retenidos, etc.

La reforma del Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas: se introduce e incrementan un conjunto de deducciones familiares, se declaran sujetas al Impuesto las retribuciones en especie y se incluyen sistemas de control contra el fraude.

La reforma del Impuesto de Sociedades y otros impuestos para operaciones comerciales: algunos ejemplos de las modificaciones fiscales son el aumento del tipo impositivo del 5 al 6% en las ganancias de capital o plusvalías derivadas de la venta de derechos reales, la disminución en la lista de actividades susceptibles de obtener bonificaciones fiscales, la expansión de los impuestos de retención para incluir los intereses en depósitos bancarios en moneda extranjera**,** etc..

Por último, la administración local desarrolla una potestad tributaria derivada, mediante diversos gravámenes, por la mera actividad, rendimientos derivados de la propiedad inmobiliaria, tasas, etc. Recientemente se ha producido un proceso de desconcentración y descentralización en el seno de la administración local.

En el caso concreto de las relaciones bilaterales, existe un Convenio entre España y Filipinas para evitar la doble imposición de impuestos sobre la renta. Dicho convenio bilateral fue firmado en marzo de 1989 y ratificado en septiembre de 1994. Fue publicado en el Boletín Oficial del Estado núm. 299 del 15 de diciembre de 1994, y se encuentra vigente en la actualidad, afectando a los impuestos sobre la Renta de las Personas físicas, los impuestos sobre la Renta de sociedades, rentas del capital y plusvalías (intereses, dividendos, ganancias de capital y cánones). Con este Tratado, los beneficios de las empresas con sucursales, filiales o trabajos realizados en ambos países no estarán sometidos a doble imposición, con el fin de imputar sólo los beneficios obtenidos en cada país según el criterio de residencia del sujeto pasivo.

7.1.1. Legislación Pertinente y exigencias de importación:

Todos los artículos importados a las Filipinas, lo harán entrando por una aduana en un puerto de entrada, cumpliendo ser su propiedad a la persona a quien el mismo son consignados y el sostenedor de una cuenta del flete debidamente respaldado por el consignatario.

No hay limitaciones sobre la importación de productos de alimentación, excepto la carne tratada, el azúcar, el arroz, y el café, que pueden ser importados bajo cuota (por el sistema de Volumen de Acceso Mínimo, todos los productos importado en cuota tienen un precio inferior imponible). Los productos agrícolas están sujetos a inspecciones del Departamento de Agricultura.

Para suministrar por primera vez, las importaciones de alimentos tratados deberían ser Registrados en el Department of Food and Drugs, junto con la siguiente documentación, normalmente solicitada por el importador a fin de facilitar tratos de despachos de aduana de importación:

a) lista llena de ingredientes en orden decreciente de proporción

b) aditivos de alimento usados en el producto

i) cantidad

ii) especificaciones técnicas

iii) sabores - certificado del proveedor de sabor apto para el consumo humano y de autoridades de medicina del país de procedencia o por la organización internacional de industria de sabor

c) dos muestras de productos en presentación comercial

d) una fotografía clara en color puede ser presentada

e) facsímil de etiquetas de cada producto en conformidad con código de barras.

f) métodos de fabricar y control de calidad

g) fecha de estabilidad de producción / fecha de caducidad

h) certificado de gobierno de venta libre y despacho de aduana de la producción , debidamente certificada por el consulado de Filipinas del país de procedencia.

Una certificación del registro de producto se obtendrá por la Oficina de Food and Drugs después de que esto haya sido examinado con cuidado y se haya evaluado el producto registrándose así dicho producto sin falsificación ni muestra de haber sido adulterado.

En el etiquetado será necesario que se recoja toda la información concerniente al producto, ingredientes, aditivos, información nutricional, peso neto y nombre y dirección

del fabricante o distribuidor (esta última a menudo se superpone en la etiqueta en forma de pegatina con los datos del importador).

7.2. VALORACIÓN DEL ENTORNO ECONOMICO

Tras la asunción del cargo, la Presidenta Arroyo y su Equipo Económico establecieron un plan económico con el fin de asegurar que la economía esté sobre la pista para el desarrollo equitativo y crecimiento sostenible. El Plan Económico Filipino comprende un juego completo de medidas de disciplina fiscales y reformas de mercado unidas para limpiar objetivos. Este plan reconoce que un ambiente estable macroeconómico es un requisito previo a la estimulación del crecimiento de la inversión y sostenible. Esto integra un juego bien coordinado de prioridades de política monetaria y estrategia fiscal que apoyan una posición sana fiscal y de deudas, precios bajos e inflación y niveles de cuenta corrientes sanos. Esto también perfila pautas relacionadas con prácticas de gobernación buenas que aseguren que las reformas son eficaces y duraderas.

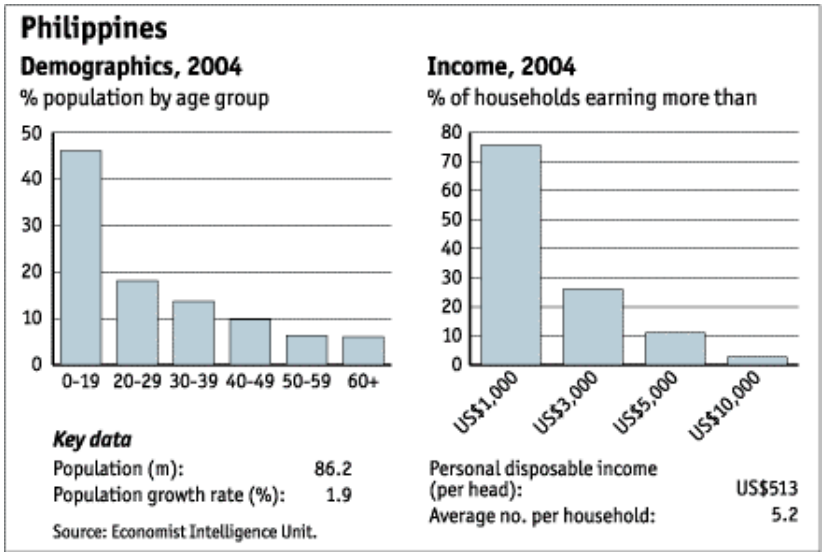
7.3. VALORACIÓN DEL ENTORNO SOCIAL Y POBLACIONAL

Además del gran número de potenciales consumidores en Filipinas, resulta imprescindible tener en cuenta el poder adquisitivo real de éstos. El mercado filipino de bienes de consumo se puede segmentar en cuatro grupos o niveles de renta: A y B, C, D y E.

El área en que se registran las tasas más altas de renta por familia es la región denominada National Capital Region, que incluye Makati, Marikina y Quezón City.

Con sus 85 millones de habitantes se puede decir que el país es relativamente joven, con un 65% de personas comprendidas entre los 0 y 29 años de edad. La concentración urbana es muy alta debido a las disparidades socio-económicas entre el mundo rural y urbano. Metro Manila registra el número de población más alto, más de 11 millones de habitantes, lo que supone un 13% de la población del país.

El perfil de la población filipina por edades es el siguiente:



En cuanto a la fuerza laboral del país, hay que destacar que Filipinas tiene unas tasas altas de desempleo, entorno al 10% en 2004. De los más de 85 millones de la población Filipinas, podemos decir que, a fecha del citado año, y según los datos del NSCB, la fuerza laboral del país es de 35 millones de personas.

7.3.1. Perfil del consumidor filipino.

Se puede decir que el consumidor filipino está transformando sus hábitos de consumo de cara a la creciente influencia de los mercados internacionales, aunque todavía son importantes los rasgos característicos tradicionales, especialmente en productos de alimentación, donde muchas regiones no están tan expuestas como las grandes urbes a las influencias extranjeras. Sin embargo, en lo que se refiere a los nichos de mercado para las importaciones, éstos se concentran en áreas de mayor poder adquisitivo y muy concentradas, en las que esta influencia es importante.

Se habla de una globalización que afecta también a los hábitos de consumo y a los gustos y preferencias, pero no hay que olvidar las diferencias locales, que si son ignoradas, pueden hacer fracasar la comercialización de productos nuevos. En estos casos, una pequeña adaptación de los mismos puede aumentar su aceptación en diferentes mercados, en cualquiera de sus características, ya sea en el producto en sí mismo (sabor o composición), en su envase o forma de promoción, etc.

El consumidor filipino está influido por los gustos y tendencias americanos, y crecientemente por los europeos, aunque productos claves en la dieta filipina como es el

caso del arroz permanecen en una fuerte posición. El caso de los productos españoles, a pesar de existir cierta tradición en la cultura culinaria filipina, es el de unos productos en su mayor parte desconocidos, pero que están aumentando su presencia e imagen en el mercado.

7.4. VALORACIÓN DEL CAMBIO TECNOLÓGICO

El cambio tecnológico en Filipinas viene de la mano de:

1.-Las políticas gubernamentales, a través de la Reforma Agraria, que se viene desarrollando desde hace algunos años. Estas tienen como gran objetivo levantar la industria agro-alimentaria del país que reduzcan las importaciones de alimentos básicos como el arroz.

2.-El fuerte empuje de los acuerdos con programas entre instituciones oficiales del país, con otros gobiernos de países con fuerte interés en la industria local, tales como el Japonés.

3.- El Banco de Desarrollo de Filipinas ha establecido un nuevo programa de ayuda al desarrollo con el que financiará proyectos de adquisición de maquinaria industrial. La financiación ofrecida alcanza el 80% del proyecto y los tipos de interés son los comerciales, pero la ventaja del proyecto es la amplitud del término de repago, hasta quince años.

7.5. CONCLUSIONES

El proceso de cambio tecnológico esta siendo lento pero progresivo. Las políticas del gobierno están resultando exitosas y las zonas agrícolas que se extienden a lo largo de la geografía Filipina, cada vez más, demandan estos nuevos sistemas de cultivo. Esto es debido, en gran parte, a las asociaciones de pequeños agricultores y regantes en general.

El cambio que se está empezando a producir, hace prever un fuerte empuje por parte de la Administración y una previsible demanda que repercuta en un mayor y mejor rendimiento del campo Filipino. Aún así, la producción local sigue siendo insuficiente para abastecer a la totalidad del país y la verdadera oportunidad surge para las industrias afines a la conserva con las técnicas de procesado y maquinaria prácticamente inexistente en el país ya que, únicamente las dos empresas importantes que dominan el mercado, cuentan con producción en serie y explotación propia que les permite ser sus

propios proveedores de materia prima en un campo habilitado con buenas y novedosas técnicas de cultivo.

8. POSICION COMPETITIVA.-

El entorno competitivo está claramente dominado por el Grupo San Miguel[12] tanto en conserva como en el sector de la bebida y en particular del zumo de frutas.

Cada vez más, este grupo está expandiendo sus operaciones a través de adquisiciones de compañías locales como Sugarland, importante productora de zumos de frutas; Metro Bottled Water, Cosmos Bottling Corporation, relacionada con bebidas carbonatadas; así como está adquiriendo otras firmas extranjeras como la australiana J. Boag & Sons, o el recientemente adquirido en un 50%, el grupo de zumo australiano Beri.

También se encuentra en proceso de negociación del 40% de la participación, la empresa italiana Cirio Finaziara S.P.A. en la Multinacional Dole en Filipinas.

En términos globales, países vecinos como Tailandia, empiezan a tener buen posicionamiento en el mercado, con una industria conservera cada vez más en auge y con las variedades locales del sudeste asiático. También la oferta chica empieza a tener presencia significativa en el mercado filipino como una clara competitividad en precio respecto a la oferta extranjera en general e incluso a la local en particular.

Por otro lado, Filipinas como el resto de países del Sudeste Asiático, es foco atrayente para el mercado australiano que, aun no teniendo demasiada presencia en conserva vegetal y zumo, puesto que sus exportaciones se centran más en productos agrícolas en fresco así como ganado y pesca, cada vez más fortalece su presencia en el mercado filipino.

Respecto a países europeos como Francia, podemos decir que a pesar de tener una fuerte presencia en la industria alimentaria, esta queda más enfocada a productos como queso y vino, pero no al objeto de este estudio. Sin embargo si que es más significativa la presencia Italiana con productos más parecidos a la oferta española donde destacan las importaciones de tomate vinculado a las salsas preparadas para pizza. Aproximadamente el 20% de las importaciones italianas a Filipinas corresponden a procesado de frutas y verduras según el instituto de comercio exterior italiano.

La industria Norteamericana si tiene una fuerte presencia en el país especialmente Estados Unidos con un claro posicionamiento en el mercado de bebidas especialmente en zumo de naranja, pomelo, uva,..., sin olvidar la también importante presencia

canadiense que movió, durante el periodo comprendido entre 2000-2003, una cifra cercana a los 25 millones de $Cnd en preparados de fruta y verdura. (HS = 20) y que está empleando estrategias agresivas que detectan cierto interés en este mercado.

9. OPORTUNIDADES DEL SECTOR.-

Las oportunidades que presenta el sector, particularmente en el caso de las bebidas donde incluiríamos el zumo de frutas, está en relación directa con la innovación en el mercado no sólo introduciendo sabores, texturas, mezclas de frutas hasta ahora inexistentes sino presentando envases mono-dosis con diseños atractivos que den imagen de producto sano y de calidad. El envase más característico en el mercado es en lata y de anilla desechable pero son muy pocas las marcas que usan el formato tetra-brick tanto pequeño como familiar, donde el envase común es la botella de plástico. Algunas empresas y marcas locales intentan innovar en diseños prácticos y que reduzcan sus costes con el fin de competir con las grandes marcas y envasan su producto en bolsas al vacío, tanto para el zumo como para el tomate triturado.

La oportunidad se presenta en general a pequeña escala dentro del campo de las bebidas sin alcohol intentando localizar ese pequeño nicho que queden por cubrir en variedad y sobre todo de calidad.
Sin embargo, para el tema de conserva la oportunidad se presenta de otra forma. La variedad de producto vegetal en conserva es amplia, los formatos diversos y en general el mercado está compuesto por una pequeña pero potente empresa local y una fuerte presencia de marcas extranjeras de Asia (China y Tailandia principalmente), Norteamericanas y Europeas.

La competencia en precios es muy difícil de alcanzar con lo cual, es importante optar por un potencial cliente que sepa valorar la calidad de nuestros productos frente al producto local y que se vea atraído por el “made in” como símbolo de calidad. El slogan de “hecho al estilo español” es la mejor tarjeta de presentación que un producto en conserva puede llevar.

[12] San Miguel: www.sanmiguel.com.ph

PLAN DE PROMOCION EXTERIOR 2000-2006 Región de Murcia

10. RECOMENDACIONES.-

10.1. DIRECCIONES DE INTERÉS EN FILIPINAS.

Embajada y Consulado de España
5/F ACT Tower, Sen. Gil J. Puyat Ave.
Makati, Metro Manila
Tlf. 818-35-61 / 818-35-81 / 818-55-26
Fax. (632) 810-28-85
E-mail: embespph@mail.mae.es

Oficina Económica y Comercial
27/F Yuchengco Tower, RCBC Plaza, Sen. Gil Puyat Ave. Cor. Ayala Ave.
Makati, Metro Manila
Tlf. 843-3774/ 75/ 80
Fax. (632) 843-37-90
e mail: manila@mcx.es

Cámara de Comercio Española
Cámara Oficial Española de Comercio, Industria y Navegación de Filipinas , Inc.
Unit 1009 Philippine AXA Life Centre
1286 Sen. Gil Puyat Avenue cor. Tindalo St.
City of Makati
Tlf. (632) 886 7643 / 759 6776
Fax (632) 866 7854
E-mail: lacamara@lacamara.com.ph
Website: www.lacamara.com.ph

Principales Organismos oficiales en el país:
Instituto Cervantes
León Guinto cor. Estrada St.
Malate, Manila
Tlf. 536-14-82 to 85
Fax: 526-1449

E-mail: icmanila@pacific.net.ph

Oficina Técnica de Cooperación Española
28th Fl., Rufino Tower, 6784 Ayala Ave cor. V.A. Rufino St.
1223 Makati City
Tlf. 848-9906 hasta 08
Fax: 848-9909
E-mail: aeci@aeci.ph

Organismos Internacionales :

-Banco Asiático De Desarrollo
6 ADB Avenue, Ortigas Complex
Mandaluyong, Metro Manila
Tlf:632-4444
Fax: (632) 636-2444

-Delegación de las Naciones Unidas.
(Departamento de la FAO)
30/F Yuchengco Tower, RCBC Plaza, Sen. Gil Puyat Ave. Cor. Ayala Ave.
Makati, Metro Manila
Tlf: 892-6311

-Delegación del Banco Mundial.
23rd Floor, The Taipan Place. Emerald Avenue, Ortigas Center, Pasig City.
Tlf: 637-5855
Fax: 637-5870

- Department of Foreign Affairs
DFA Building, 2330 Roxas Blvd., Pasay City, Metro Manila
Tlf: 834-4000
Fax: 832-0638

- Department of Finance
DOF Building, Valencia Circle, Ermita, Manila, Metro Manila
Tlf: 523-9911

- National Economic and Development Authority
NEDA Building, 12 Saint Josemaria Escrivá Drive, Ortigas Center,
Pasig City 1605, Metro Manila
Tlf: 631-0945 a 64
Fax: (632) 631-37-47

- Department of Trade and Industry
Industry and Investments Bldg., 385 Sen. Gil J. Puyat Ave.,
Makati, Metro Manila
Tlf: 895-3611
Fax: 895-6487

- Board Of Investments (Department of Trade and Industry)
One-Stop Action Center
Industry and Investments Bldg., 385 Sen. Gil J. Puyat Ave.,
Makati, Metro Manila
Tlf: 890-1332 / 895-3641
Fax: 895-8322

- Securities and Exchange Commission (SEC)
SEC Bldg., EDSA, Greenhills, Mandaluyong City
Tlf: 726-0931 a 39
Fax: 725-5293

- Banko Sentral ng Filipinas
A. Mabini cor P. Ocampo Sts., Malate, Manila
Tlf: 524-7011
Fax: 523-1252

10.2. GUÍA DE DIRECCIONES DE INTERÉS DEL PAÍS EN INTERNET

Periódicos locales:

1.Business World - http://bworld.com.ph
2.The Philippine Daily Inquirer - http://www.inquirer.net
3.The Philippine Star - http://www.philstar.com
4. ABS-CBN News - http://www.abs-cbnnews.com
5. Manila Bullettin - http://www.mb.com.ph

· Agencias y Ministerios económicos y financieros:

1. Philippine Government - http://www.gov.ph
2.National Economic and Development Authority - http://www.neda.gov.ph
3.Banko Sentral ng Pilipinas - http://www.bsp.gov.ph
4.Department of Finance - http://www.dof.gov.ph
5.Department of Trade and Industry - http://www.dti.gov.ph
6.National Statistics Office - http://www.nso.gov.ph
7. National Statistics Coordination Board http://www.nscb.gov.ph
8. Department of Agrarian Reform - http:// www.dar.gov.ph
9. Department of Agriculture - http://www.da.gov.ph
10. Department of Budget and Management - http://www.dbm.gov.ph
11Department of Education, culture & Sports - http://www.deped.gov.ph
12. Department of Energy http://www.doe.gov.ph
13. Department of Environment and Natural Resources http://www.denr.gov.ph
14. Department of Foreign Affairs - http://www.dfa.gov.ph
15. Department of Health - http://www.doh.gov.ph
16. Department of Justice - http://www.doj.gov.ph
17. Department of Labour and Employment - http://www.dole.gov.ph
18. Department Of Interior and Local Government - http://www.dilg.gov.ph
19. Department of Social Welfare and Development - http://www.dswd.gov.ph
20. Department of Tourism - http://dot.gov.ph
21. Department of Transportation and Communication http://www.dotc.gov.ph
22. Department of Science and Technology - http://www.dost.gov.ph
23. Asian Development Bank - http://www.adb.org
24. The World Bank - http://www.worldbank.org
25. Philippine Exporters Confederation - http://www.philexport.ph

· Cámaras de Comercio y Organizaciones Empresariales

1. Philippine Chamber of Commerce and Industry - http://www.philcham.com
2. European Chamber of Commerce of the Philippines - http://www.eccp.com
3. The Makati Business Club, Inc. - http://www.mbc.com.ph
4. The European Union - http:www.europa.eu.int

10.3. ASOCIACIONES DEL SECTOR.

Philippine Association of Supermarket Inc. (PASI)

C/o Shoppersville Supermarket, 355 Katipunan Road, Loyola Heights,
Quezon City, Metro Manila.
Contacto: Mr. José A. Albert
Tel No: (632) 362 8349 ; (632) 637 0894
Fax No: (632) 929 1304

Philippine Food Processors and Exporters Organization, Inc. (PHILDOODEX)

Rm. 305, Bahay ng Alumni, Pres. Ramon Magsaysay Ave.,
U.P. Campus, Diliman, Quezon City, Metro Manila
Contacto: Mr. Jesus T. Tanchanco (Presidente)
Tel No: (632) 925 3519 ; (632) 436 3556
Fax No: (632) 925 3518
e-mail: pfdexsec@philonline.com

Tin Can Manufacturers Association of the Philippines, Inc.

55 Among Rodriguez Ave., Santolan, Pasig City, Metro Manila.
Contacto: Mr. Henry A. Tanedo (President)
Tel No: (632) 646 0840
Fax No: (632) 645 2061
e-mail: philcan@nwave.net

Beverage Industry Association of the Philippines

23/ F, SMPC Bldg., St. Francis St., Mandaluyong, Metro Manila
Contacto: Atty. Lorma P. Kapunan (Secretaria)
Tel No: (632) 634 6840
Fax No: (632)631 8672
e-mail: rbmlo@mnl.sequel.net ; bevindaassocphil@yahoo.com

Hotel and Restaurant Association of the Philippines (HRAP)

Suite 200 Hotel Intramuros de Manila, Plaza San Luis Complex cor. Cabildo & Rodante Sts., Intramuros, Manila
Contacto: Mr. Larry J. Cruz

Tel. No: (632) 527 5113
Fax No: (632) 527 9927
e-mail: hrap@info.com.ph

Philippines Amalgamated Supermarkets Association, Inc. (PAGASA)
2 Nicanor A. Ramirez St. Cor. E. Rodríguez Sr.Ave, Mabuhay Rotonda,
Quezón City, Metro Manila
Contacto: Mr. Steven T. Cua (President)
Tel No: (632) 732 0509
Fax No: (632)732 0509
e-mail: welcome@pagasa.org.ph

Philippine Association of Feed Millers, Inc. (PAFMI)
2703 East Tower Tektite Condominium, PSEC Exchange Road, Ortigas Center,
Pasig City, Metro Manila
Contacto: Mr. George Nava
Tel No: (632) 687 2472
Fax No: (632) 687 2429
e-mail: pafmi@yahoo.com

11. BIBLIOGRAFÍA.-

Fondos bibliográficos.

Cooperation and competence in global food chains.
Editado por: Sietze Vellema and Dave Boselie
Año 2003

Food and Agri-Business Yearbook & Directory
Millennium edition
Editado por la universidad Asia-Pacifico.
Año 2000.

Estudio de Mercado: Conservas Vegetales en Filipinas.
Posibilidades de comercialización.
Elaborado por: Catalina López Lorca
Becaria del Master de Comercio Exterior de la Escuela de Negocio de Murcia.
Año 1995

Estudio de Mercado: El sector de la alimentación y bebidas.
Cámara de Comercio de Madrid.
Año 2000.

How to make business in the Philippines
Elaborado por: PriceWaterhouseCooper Philippines.
Año 2004

The agro-food industry of the Philippines.
Instituto Italiano de Comercio.
Año 2002.

Páginas web:

Páginas del Gobierno:

Philippine Government	http://www.gov.ph
National Economic and Development Authority	http://www.neda.gov.ph
Department of Trade and Industry	http://www.dti.gov.ph
National Statistics Office	http://www.nso.gov.ph
National Statistics Coordination Board	http://www.nscb.gov.ph
Department of Agrarian Reform	http:// www.dar.gov.ph
Department of Agriculture	http://www.da.gov.ph

Otras Fuentes de información en Internet:

http://www.popcom.gov.ph/
http://www.gov.ph/aboutphil/general.asp
http://localweb.neda.gov.ph/~ioneda/national.html
http://dirp.pids.gov.ph/eismain.html
http://www.fineprint.com
http://www.bsp.gov.ph/statistics/stats_SPEI.htm
http://www.intracen.org/tradstat/welcome.htm
http://www.aeat.es/aduanas/estadist/home.html
http://a104.g.akamai.net/f/104/3242/15m/www.aeat.es/aduanas/descarga/est0904.
http://aduanas.camaras.org/htdocs

Entrevistas realizadas:

D.Rolando T. Dy, Ph.D.
Executive Director
Center for Food and Agri Business
Universidad Asia-Pacifico

Pablo García Morera
Presidente de la empresa Espa-Fil, INC.
Importador de conserva y encurtidos españoles bajo la marca : La Molinera

Mr. S. Lacson
Programme Assistant FAO Filipinas (Naciones Unidas)

12. ANEXOS.-

12.1. cuadro de P.V.P. en la principales cadenas de supermercados.

MARCA (ORIGEN)	VARIEDAD	ENVASADO	PRECIO (peso)
TOMATE EN CONSERVA			
DEL MONTE (Filipinas)	tomate pelado	227g	15,05
DEL MONTE (Filipinas)	tomate pelado	500g	23
DOLE (Filipinas)	tomate pelado triturado en bolsa	200g	11,3
LA MOLINERA (España)	tomate pelado	400g	29,5
ASENSIO (España)	tomate pelado		
COCKTEL DE FRUTAS			
DEL MONTE (Filipinas)	macedonia de frutas	439g	38,75
TODAY´S (Filipinas)grupo Del Monte	macedonia de frutas	439g	31,8
DOLE (Filipinas)	macedonia de frutas	439g	35,6
MAIZ			
RAM (Filipinas)	maíz en grano	220g	23,6
JOLLY (Filipinas)	maíz en grano	250g	22
JOLLY (Filipinas)	maíz en grano	425g	27
STOKELY´S	maíz en grano	250g	23
DEL MONTE(Filipinas)	maíz en grano	432g	32,1
PACIFICA (USA)	maíz en grano	425g	28,95
ESPARRAGOS			
ASENSIO (España)	Esparragos enteros primera	230g	155,4
GOLDEN VALLEY (China)	Esparragos cortados		36
DEL MONTE (Perú)	Esparragos enteros		120,75
JOLLY (Filipinas)	Esparragos enteros	430g	37

JOLLY (Filipinas)	Esparragos cortados	430g	23,5
CHAMPIÑON			
JOLLY (Filipinas)	champiñones	400g	28
FOOD FAIR	champiñones	425g	28
TOP CHOICE	champiñones	400g	29
PIMIENTO			
CAPRI (España)	pimientos enteros	200g	44
CAPRI (España)	pimientos enteros	390g	83
SEVILLA (Filipinas)	pimientos cortados	113g	16,3
ALCACHOFAS			
CAPRI (España)	alcachofas enteras	400g	125
LA MOLINERA (España)	alcachofas enteras	400g	135
PREPARADOS VERDURAS			
DEL MONTE (Filipinas)	guisantes y zanahoria	411g	45,6
DEL MONTE (Filipinas)	mezcla variada vegetales	411g	43
DEL MONTE (Filipinas)	judias verdes	411g	54,5
DEL MONTE (Filipinas)	remolacha cortada	411g	54,5
DEL MONTE (Filipinas)	patata	411g	51,5
DEL MONTE (Filipinas)	alubias	432g	62,5
PIÑA			
DEL MONTE (Filipinas)	piña en rodajas	439g	32,75
DEL MONTE (Filipinas)	piña cortada	439g	29,5
DOLE (Filipinas)	piña en rodajas	234g	15,6
DOLE (Filipinas)	piña en rodajas	439g	30,75
DOLE (Filipinas)	piña cortada	439g	28,1
MELOCOTON			

FALCON VALLEY (China)	melocotón en corte	1Kg	62
DEL MONTE (Filipinas)	melocotón en corte	1Kg	69
CAPRI (España)	melocotón en corte	200g	74
CAPRI (España)	melocotón en corte	400g	99
LA MOLINERA (España)	melocotón en corte	400g	76
PERA			
DEL MONTE (Filipinas)	pera en corte	1Kg	
ZUMOS			
DEL MONTE (Filipinas)	zumo de piña	24cl	14,7
DEL MONTE (Filipinas)	zumo de manzana	24cl	14,7
DEL MONTE (Filipinas)	zumo de mango	24cl	18,2
DEL MONTE (Filipinas)	zumo de lychee	24cl	14,35
DEL MONTE (Filipinas)	zumo de tomate	19cl	21
DEL MONTE (Filipinas)	zumo cuatro estaciones	24cl	15,4
GINA (Filipinas)	zumo mango nectar	340ml	20,5
NUTRI-DELICIOUS (Filipinas)	zumo mango-naranja (bolsa)	200ml	10
CHIQUITA (Filipinas)	zumo mango-naranja	1,89l	175
PLUS (Filipinas)	zumo naranja	250ml	6
FONTANA (Filipino)	zumo naranja	1l	62,5
VITALITY	zumo naranja		
HAPPYDAY (Austria)	zumo naranja	1l	80,5
CYPRINA (Griego)	zumo naranja	1l	62,5
PREMIUM (Filipino)	zumo naranja	2l	145,7
NESTLE	zumo naranja	1l	76
NESTLE	zumo naranja	250ml	25
FLORIDA´S NATURAL	zumo naranja	1,89L	215

TROPICANA	zumo naranja	1,89l	225
OTRAS FRUTAS			
Queen (Filipinas)	nata de coco	920g	63.95
Florence (Filipinas)	Nata de coco	680g	46.50
Del Monte (Filipinas)	Nata de coco	850g	52
Surebuy (Filipinas)	Nata de coco	340g	26.10
SUNLEE (Tailandia)	rambután al corte	350g	31

12.2. Listado de importadores de conservas vegetales y zumos.

LISTA DE LOS PRINCIPALES IMPORTADORES/DISTRIBUIDORES DE FILIPINAS
Producto(s) : Productos de alimentación y conservas.
P. Arancelaria : 16,00

1) Empresa : **SYSU INTERNATIONAL, INC.**
Dirección : 145 Panay Avenue cor. Sgt Esguerra, Quezon City, Metro Manila, Philippines
Teléfono : (632) 920-5291
Fax : (632) 920-5747
E-mail : lolita_cham@sysuinc.com.ph
Webpag : www.sysuinc.com
Contacto : Mr. William Sy (General Manager)
Mrs. Lolita Cham (Import & Export Manager)

2) Empresa : **SCANASIA OVERSEAS, INC.**
Dirección : 2/F Molave Bldg., 2231 Chino Roces Makati, Metro Manila, Philippines
Teléfono : (632) 815-0123 / 815-0577
Fax : (632) 818-1467
E-mail : fleming@scanasia.ph
mbt@scanasia.ph

3) Empresa : **ANDRESONS GROUP, INC.**
Dirección : IBM Plaza, EastWood Cyber City, 188 E. Rodriguez Ave. Bagumbayan Libis Quezon City, Philippines
Teléfono : (632) 421-0671 a 78
Fax : (632) 421-0828 / 69
E-mail : andresons@netasia.net
Contacto : Ms. Verónica Hizon (Managing Director International Brands)

4) Empresa : **WERDENBERG INTERNATIONAL CORPORATION**
Dirección : 7431 A. Yakal St.
Makati, Metro Manila - Philippines
Teléfono : (632) 840-3771 to 82/ 812-3582 / 815-13-67
Fax : (632) 817-1217 / 893-1573
Contacto : Mr. Werner Berger (President)
Email : wberger@werdenberg.com
wic@wendenberg.com
Página Web : www.werdenberg.com

5) Empresa : **ADP INDUSTRIES CORPORATION**
Dirección : G/f, Eagle Court Condominium, 26 Matalino St., Diliman, Quezon City, Metro Manila, Philippines
Teléfono : (632) 922-3223/ 928-3178
Fax : (632) 922-9670
Contacto : Mr. Arturo D.Palileo (President); Mr. Aaron Palileo (Food Items)
E-mail : adp@mindgate.net

6) Empresa : **ESPA-FIL IMPORT-EXPORT CORP., INC**
Dirección : #5 Cordillera Street, Barangay Highway Hills,
Mandaluyong City 1550 , Metro Manila - Philippines
Teléfono : (632) 531-9688; 531-0742
Fax : (632) 531-8553
E-mail : espa-fil@mozcom.com
Contacto : Mr. Pablo Garcia Morera (Presidente)

7) Empresa : **R. URRA, INC.**
Dirección : Ground Flr., Ferros Bel-Air Tower Condo, Polaris St.
Makati, Metro Manila - Philippines
Teléfono : (632) 896-6784 / 896-0534
Fax : (632) 899-2096
E-mail : ruphil@pacific.net.ph
Contacto : Mr. Raul Urra (Presidente)

8) Empresa : **ORIENTAL MERCHANTS, INC.**
Dirección : Philcrest Compound, Warehouse 3B, Km. 23 West Service Road
Cubang, Muntinlupa City, Metro Manila, Philippines
Teléfono : (632) 568-5777 a 80/ 826-1370
Fax : (632) 568-5781
Contaco : Ms. Ana Garcia Zubiri (VP-General Manager)
Actividad : Imp./Dist. de prod. alimentarios, bebidas alcohólicas, aceite de oliva, colonias,
E-mail : omi@indanet.com

9) Empresa : **GLOBAL BRANDS, INC.**
Dirección : 573 Gloria Street, Marick Subdivision
Cainta, Rizal
Teléfono : (632) 655-0790/ 681-0523
Fax : (632) 656-1191
Contacto : Mrs. Elisabeth Abando (Purchasing Manager)
E-mail : ebabando@globalbrands.com.ph

10) Empresa : **CONRAD & CO., INC.**
Dirección : 1/f, Legaspi Towers 200, Paseo de Roxas, Makati
Metro Manila, Philippines
Teléfono : (632) 816-6306 a 09
Fax : (632) 815-2387
Contacto : Mr. Franklin Costales (General Manager)
E-mail : conradco@compass.com.ph

11) Empresa : **FLY ACE CORPORATION**
Dirección : 607 Elcano St., Binondo
Manila, Philippines
Teléfono : (632) 245-5126 a 28
Fax : (632) 245-5129
E-mail : junco@skyinet.net
Web site : www.flyacecorp.cpm
Contacto : Mr. Lucio Cochanco Jr. (President)

12) Empresa : **UPSCALES COMMODITIES MARKETING**
Dirección : 138 Don Manuel Agregado St., Santa Mesa Heights
Quezon City, Metro Manila,Philippines
Teléfono : (632) 241-7791/ 781-5846
Fax : (632) 741-0603
E-mail : upscale@tri-isys.com
Contacto : Mr. James Koa (Director)

13) Empresa : **J-CORDON COMMERCIAL CORP.**
Dirección : 36 Laura Drive, 1st. Ave., Sta. Maria Industrial Estate
Taguig, Metro Manila, philippines
Teléfono : (632) 838-8781 /82
Fax : (632) 838-8780
Contacto : Ms. Claudette A. Cordon (President)
E-mail : jcordon@skyinet.net

14) Empresa : **WORLDWIDE FOODS & WINES, INC.**
Dirección : 2316 Karivin Plaza, Pasong Tamo Ext., Bldg. C,
Metro Manila , Metro Manila, Philippines
Teléfono : (632) 843-8897/843-8907
Fax : (632) 843-9139
E-mail : wfwterryselection@vasia.com
Contacto : Mr. Juan Carlos de Terry (Director)
:

15) Empresa : **SY CHI SIONG & CO., INC.**
Dirección : Birch Tree Plaza, 825 Muelle dela Industria, Binondo
Manila, Metro Manila - Philippines
Teléfono : (632) 242-8921 / 474-812 / 475-604
Fax : (632) 242-2144
E-mail irmaangulo@edsamail.com.ph
Contacto : Mr. Jack Sy (Presidente)

16) Empresa : **BENBY ENTERPRISES, INC.**
Dirección : 216 Banawe Str. Corner Mauban Str. Brgy. Manresa,
Quezon City, Metro Manila, Philippines
Teléfono : (632) 363-6305 / 365-4238
Fax : (632) 364-6257
E-mail : beilogistics@benby.com
evelyn.yap@benby.com
Contacto : Ms. Evelyn Yap (President)

17) Empresa : **FEDERATED DISTRIBUTORS , INC**
Dirección : Delbros Ave. cor V. de Leon St., Bo. Ibayo
Parañaque City, Metro Manila
Teléfono : (632) 853-5759
Fax : (632) 852-8206
Contacto : Mr. Eddie Sy
E-mail : federated@tri-isys.com

18) Empresa : **KAWSEK INC.**
Dirección : 415 Arayat, Barangay Malamig,
Mandaluyong, Metro Manila, Philippines
Teléfono : (632) 531-4751
Fax : (632) 531-1169
Contacto : Mr. Paul T. Soliman

19) Empresa : **Q & H FOODS INC.**
Dirección : Suite 910, West Tower, Textile Bldg., Ortigas Center
Pasig city, Metro Manila.
Teléfono : (632) 636-1455
Fax : (632) 631-0786
E-mail : apveloso@compass.com.ph
Contacto : Mr. Amadeo Veloso (Presidente)

20) Empresa : **LINK IMPORT-EXPORT ENTERPRISE**
Dirección : 420 Urbiztondo St., Binondo, Manila
Metro Manila, Philippines
Teléfono : (632) 243-0948
Fax : (632) 243-1229
E-mail : linkieei@skyinet.net
linkeei@compass.com.ph
Contacto : Mr. Steven Y. Ong (General Manager)/ Peter Vergara (Sr. Sales Manager)

21) Empresa : **PHILIPPINES MAKRO**
Dirección : Km. 21 East Service Road South Super Highway, Sucat
Muntinlupa, Metro Manila
Teléfono : (632) 876 3122 / 842 0648 / 3579/ 876-3223 (Direct Line)
Fax : (632) 876-3140 (Direct Fax)
E-mail : food@makro.com.ph
bf02@makro.com.ph
Producto(s) : Cadena de supermercados al "por mayor".
Contacto : Mr. Bunny Khurana
Ms. Donna Miranda (Senior Buyer - Dry Goods Department)
Ms. Liza Ramos (Buyer- Grocery Department)

22) Empresa : **KROMOPEAK**
Dirección : 37-c Jose Abad Santos St. , Little Baguio ,
San Juan , Philippines
Teléfono : (632) 636-7743
Fax : (632) 636-7743 telefax
E-mail : kpii@pacific.net.ph
Contacto : Mrs. Mary Anne Cleto

23) Empresa : **A.V.H. & CO. OF THE PHILIPPINES**
Dirección : 1354 Perez St., Paco
Manila, Metro Manila, Philippines
Teléfono : (632) 523-2822
Fax : (632) 524-2115

Contacto : Mr. Joaquin F. Porta (Vice President)

24) Empresa : **ACE FOODS, INC**
Dirección : 6/F Corporate Bussiness, 151 Paseo de Roxas
Makati City, Metro Manila, Philippines
Teléfono : (632) 816-2101 a 04
Fax : (632) 840-1979
E-mail ramfoods@mozcom.com
Contacto : Mr. Policarpio Ascalon (President)

25) Empresa : **GLOBAL GOURMET, INC.**
Dirección : R-109, CCH Bldg., 136 L.P. Leviste Street,
Salcedo Village, Makati City
Teléfono : (632) 894-0117
Fax : (632) 894-2677
E-mail : globalgourmetinc@yahoo.com
Contacto : Ms. Adrienne Cacho.

26) Empresa : **GETZ BROS. PHILIPPINES, INC**
Dirección : 5/f Ortigas Bldg., Ortigas Ave.
Pasig City, Metro Manila, Philippines
Teléfono : (632) 631-1511 a 16
Fax : (632) 631-1636
E-mail : ebmgetz@inext.net
Contacto : Mr. Eduardo B. Mauricio (Division Manager)
Dennis Sy-Santos (Product Manager)

27) Empresa : **PREMIER WINE AND SPIRITS, PHILS.**
Dirección : 2291 Pasong Tamo Ext.
Makati City, Metro Manila
Teléfono : (632) 810-4756
Fax : (632) 810-4894
E-mail : premier@epic.net
Contacto : Mr. Edward F. McDonnel Jr.

28) Empresa : **GRAND DRAGON ENTERPRISES**
Dirección : 701-J State Center Bldg., Juan Luna St.,
Binondo, Manila
Teléfono : (632) 526-4731/34
Fax : (632) 525-7101
E-mail : gdent@gdent.com.ph
Contacto : Ms. Leticia Chua (president)

29) Empresa : **RUSTAN SUPERMARKETS (Rustan's Commercial Corp.)**
Dirección : Araneta Center, Cubao
Quezon City, Metro Manila, Philippines
Teléfono : (632) 911-2412
Fax : (632) 911-0872
E-mail wamaraya@rustans.com

Contacto(s) : Mrs. Wilkelmina Maraya (Marketing Manager)
Mrs. Maricar Lopez Tiangco (Vice President - Marketing)
Puntos de Venta : 6 - Araneta Center (Cubao), Ayala Center (Makati), Forbes Park (Makati), Shangri-La P (Mandaluyong), Harrison Plaza (Manila), Cebu

30) Empresa : **ESCALER GROUP OF COMPANIES**
Dirección : Suite 504, National Life Bldg., 6762 Ayala Ave.
Makati City, Metro Manila, Philippines
Teléfono : (632) 757-3001
Fax : (632) 757-3006 telefax
Contacto : Mr. Ernest Escaler (Gen Manager)/ Mr. Crispin Baizas - Purchasing Dir

31) Empresa : **HUERTO INTERNATIONAL TRADING**
Dirección : Heidelberg Str., University Village
Lucena City, 4301 Philippines
Teléfono : (6342) 373-0593
Fax : (6342) 373-0594
E-mail ghuerto@pldtdsl.net
Contacto : Mr. Gary Huerto (General Manager)

32) Empresa : **WILMINGTON IMEX, INC.**
Dirección : 5 Alfonso XIII str., Barangay Pasadena
San Juan, Metro Manila
Teléfono : (632) 721-9763/66
Fax : (632) 722-4991
E-mail : wilmingtoninc@skyinet.net
Contacto : Mr. Willy T. Lambengco (President)

33) Empresa : **GOODWAY INTERNATIONAL TRADING CORP.**
Dirección : 2/F East Bldg., 14 Ilang-Ilang St., New Manila,
Quezon City
Teléfono : (632) 722-5377/50/4771
Fax : (632) 722-1072
E-mail : goodway@mozcom.com
Contacto : Mrs. Janette Chan

34) Empresa : **TEOPE COMMERCIAL**
Dirección : 616 M. De Santos St.,
Binondo, Manila
Teléfono : (632) 415-3089 to 92
Fax : (632) 414-6177
E-mail : teopecom@i-manila.com.ph
Contacto : Mr. Peter Teope (President)

35) Empresa : **SABROSA FOODS INC.**
Dirección : 1238 EDSA., Balintawak
Quezon City, Metro Manila
Teléfono : (632) 362-8351/ 362-8353/56
Fax : (632) 361-6427

E-mail : sabrosa@i-manila.com.ph
Contacto : Mr. Nikki Y. Sy / Mr. Miguel P. Ereñeta

36) Empresa : **CONSUMABLES CORPORATION**
Dirección : Suite 3103, 31st Fl., Antel Global Corporate Center, Julia Vargas Ave, Ortigas Center Complex, Pasig City, Metro Manila
Teléfono : (632) 916-3674/ 79
Fax : (632) 916-3675
E-mail : FCI@globenet.com.ph
Contacto : Mr. Larry Argiren

37) Empresa : **EQUILIBRIUM INTERTRADE**
Dirección : 13 Mckinley St., Southpeak 2 Filinvest, San Pedro laguna
Teléfono : (632) 520-4721 to 22/ 868-4168
Fax : (632) 520-4720
E-mail : eqin@info.com.ph
eqcherry@info.com.ph
Contacto : Mrs. Rosario Cruz (Import Manager)

38) Empresa : **SUNCOAST BRANDS INCORPORATED**
Dirección : 655 Del Monte Ave., Quezon City, Metro Manila
Teléfono : (632) 732-5603/ 742-5795
Fax : (632) 732-5884
E-mail : suncoast@pacific.net.ph
Contacto : Mr. Jasper Ong (VP of Sales and Marketing)

39) Empresa : **THE BEST COMPANY**
Dirección : Room 201 Orchid Tower, Galeria de Binondo Condominium, Muelle de la Industía corner Numancía, Binondo, Manila
Teléfono : (632) 241-3177; 241-3158
Fax : (632) 241-3192
E-mail : thebest@wave.com.ph
Contacto : Ms. Josefina S. Hernandez
Ms. Sasha Yu

40) Empresa : **ASIAN HOME PRODUCT CORP.**
Dirección : 207 Southwest Center Bldg., cor. Makiling, South Superhighway Makati City, Metro Manila
Teléfono : (632) 818-58353
Fax : (632) 818-5841
Contacto : Mr. Severino Chua

41) Empresa : **GARSWORTH MARKETING, INC.**
Dirección : 935 Maligaya Str., Malate, Manila
Teléfono : (632) 524-6549
Fax : (632) 521-8311
E-mail : amggarcia@pacific.net.ph

Contacto : Mr. Albert M.G. Garcia

42) Empresa : **BASEL MARKETING**
Dirección : 312 San Vicente Str
Binondo, Manila
Teléfono : (632) 243-1248
Fax : (632) 243-1255
E-mail : oeljc@iname.com
Contacto : Mr. Noel S. Jacinto

43) Empresa : **INTERNATIONAL OIL FACTORY**
Dirección : 20 F. Manalo Str., Barangay Batis,
San Juan, Metro Manila
Teléfono : (632) 726-0921 a 25
Fax : (632) 726-5105
E-mail : pcartera@philonline.com
rog@skyinet.net
Contacto : Mrs. Princess Cartera
Mr. Renato Gamboa (Executive & Gen. Manager)

Empresa : **H & Y MARKETING PHILS. INC.**
Dirección : FTS Compound 093, Km 15 Mc. Arthur Highway, Dalandanan
Valenzuela, Metro Manila
Teléfono : (632) 293-8808 telefax
Fax : (632) 293-8808 telefax
E-mail : hymultifood@yahoo.com
Contacto : Mr. Francis Chua

44) Empresa : **NON FOOD & FOOD TRADING INTERNATIONAL**
Dirección : 2463 D Zamora Str., Barangay 95,
Pasay City, Metro Manila
Teléfono : (632) 550-8535
Fax : (632) 834-7427
E-mail : trisan@info.com.ph
Contacto : Ms. Agnes Gomez

45) Empresa : **MAC´S FOOD**
Dirección : 25 Pepper Str., Valle Verde V
Pasig City, Metro Manila
Teléfono : (632) 634-2893 Telefax
Fax : (632) 634-2893 Telefax
Contacto : Ms. Mercie Cordova

46) Empresa : **SANTINI FOOD ENTERPRISES**
Dirección : 1012 Teresa Str., Rizal Village
Makati City, Metro Manila
Teléfono : (632) 897-6124
Fax : (632) 896-1296
Contacto : Mr. Santi San Andres

47) Empresa : **INTERNATIONAL MARKET BRANDS**
Dirección : Unit 4-E, Sayoc Bldg. 100, 93 Buendia Av.,
Makati City, Metro Manila
Teléfono : (632) 844-0912
Fax : (632) 844-0914
E-mail : emily@imbasia.net
Contacto : Mrs. Emily Bornales

48) Empresa : **MUTSUI & CO. LTD.- Manila**
Dirección : 36/f GT Tower International, 6815 Ayala Ave.,
Makati City, Metro Manila
Teléfono : (632) 819-7777
Fax : (632) 819-3947 / 819-3350
E-mail : lquinones@mla.xm.mitsui.co.jp
Contacto : Mr. Lysander Quiñones

49) Empresa : **KILLION MERCHANDISING**
Dirección : 40 Orozco str., Quiapo
Manila
Teléfono : (632) 733-8221
Fax : (632) 733-7036
E-mail : killion@philworld.net.ph
Contacto : Mr. Michael Sy

50) Empresa : **ORYX INTERNATIONAL TRADERS, INC.**
Dirección : 2 Dama de Noche ; united Parañaque IV
Parañaque City, Metro Manila
Teléfono : (632) 776-9946
Fax : (632) 776-9947
E-mail : oryx@webquest.com
Contacto : Mr. Miguel Atayde

51) Empresa : **CONSOLIDATED DAIRY & FROZEN FOOD CORP.**
Dirección : 18/F units A-B San Fernando Tower, Plaza del Conde
Binondo, Manila
Teléfono : (632) 242-4305 a 06
Fax : (632) 242-4566
E-mail : consolid@mozcom.com
Contacto : Mr. Marcelo Ko

52) Empresa : **ALEXANREY ENTERPRISES, INC.**
Dirección : Unit 508 Dasma Corporate Center, 321 Dasmariñas Str.,
Binondo, Metro Manila
Teléfono : (632) 244-5771 a 73
Fax : (632) 244-5774
E-mail : eyu@lbchome.com
Contacto : Mr. Leonardo Yu
Producto(s) : Sardinas

53) Empresa : **BACCHUS INTERNATIONAL, INC.**
Dirección : Suite 301 Alexander House, 132 Amorsolo St., Legaspi Village
Makati City, Metro Manila, Philippines
Teléfono : (632) 892-4283 / 892-4543
Fax : (632) 815-4141
E-mail : bacchus@pworld.net.ph
Contacto : Mr. Alexander Lichaytoo
Mrs. Mercy Rodilla is his Secretary

54) Empresa : **COMBALACHE TRADING, INC.**
Dirección : 3/F Tuscan Bldg., 114 V.A. Rufino str., Legaspi Village
Makati City, Metro Manila
Teléfono : (632) 810-4621 A 25
Fax : (632) 818-1435
E-mail : lp3lines@hotmail.com
Contacto : Mr. Leopoldo Prieto

55) Empresa : GRAND EAST EMPIRE
Dirección : 22 Miller St., San Francisco Del Monte,
Quezon City, Metro Manila
Teléfono : (632) 411-2140 to 51; 374-5059
Fax : (632) 412-8179
E-mail : grandest@skyinet.net

12.3. Listado de procesadores de fruta tropical.

1) Empresa : **DEL MONTE PHILIPPINES, INC.**
Dirección : 29/F, Citybank Center, Paseo de Roxas, Makati
Metro Manila, Philippines
Teléfono : (632) 810-7501 a 05
Fax : (632) 848-0319 / 20
E-mail : cariagafb@delmonte-ph.com
Contacto : Mr. Fred Cariaga (Purchasing Department)
Producto(s) : Fabricante/Exp. de salsas y conservas de frutas (piña)

2) Empresa : **DOLE PHILIPPINES**
Dirección : 14/f, BA-Lepanto Building, Paseo de Roxas, Makati
Metro Manila, Philippines
Teléfono : (632) 810-2601 a 10 local 3375
Fax : (632) 816-6483
Web : www.doleasia.com
E-mail : rmanuel@doleasia.com
Contacto : Mr. Rodolfo Manuel (Purchasing Department)
Producto(s) : Fabricante de conservas de frutas (piña) y zumos

3) Empresa : **CASTILLEJOS AGRI-FARMS, INC.**
Dirección : Labrador Bldg., 105 EDSA
Mandaluyong City, Metro Manila
Teléfono : (632) 532-7965
Fax : (632) 531-0838
Contacto : Ms. Lourdes Labrador (President)
E-mail : labrador@i-next.net
Producto(s) : Fabricante de conservas de frutas

4) Empresa : **FESTIVE FOODS INTERNATIONAL, INC.**
Dirección : 56 Dolmar Bldg., 1550 EDSA
Mandaluyong City, Metro Manila
Teléfono : (632) 938-9037
Fax : (632) 939-5828
Contacto : Mr. Philip C. Young (President)
E-mail : pcyoung@festive-foods.com
Web : www.jonas.com.ph
Producto(s) : Fabricante de conservas de frutas

12.4. Listado de restaurantes españoles.

1.) Empresa : **THE LJC RESTAURANT GROUP (opera los restaurantes : Café Adriatico, Bistro Lorenzo, Mil Novecientos)**
Dirección : 1900 M. Adriatico St.,
Malate, Manila
Teléfono : (632) 522-2593
Fax : (632) 522-2593
E-mail : ljc@surfshop.net.ph
Contacto : Mr. Larry J. Cruz (President) - Mr. George Francisco - Purchasing Manager
* Spanish-Filipino

2.) Empresa : **EL CUENTO**
Dirección : Glorietta 4, Ayala Center
Makati City, Metro Manila
Teléfono : (632) 757-2986
Fax : (632) 757-2986
Contacto : Mr. Zeus Mago (Operating Manager)

3.) Empresa : **EL CIRKULO**
Dirección : 900 Pasay Road corner Paseo de Roxas
Makati
Teléfono : (632) 810-8735 / 810.2763
Fax : (632) 817-4042
Email : mlgamboa@elcirkulo.com
Website www.elcirkulo.com
Contacto : Ms. Malu Gamboa/ Mr. Jay Gamboa

4) Empresa : **CASA ARMAS**
Dirección : 573 J. Nakpil cor. Jacobo St.
Malate
Teléfono : (632) 523-5763 / 536.1839
Fax : (632) 525 6214
Contacto : Mr. Jesus Armas/ Ms. Linette Armas

5) Empresa : **ALBA RESTAURANTE ESPAÑOL**
Dirección : 38-B Polaris St. Bel Air II
Makati City
Teléfono : (632) 896-6950 a 51 / 890-4372
Fax : (632) 890-4372
Contacto : Mr. Anastasio Alba
Mr. Miguel Angel de Alba (General Manager)
Ms. Maria Lourdes Solitario (Purchasing Manager)

6) Empresa : **GAUDI RESTAURANT**
Dirección : 114 Jupiter St., Bel-Air, Makati City
Metro Manila
Teléfono : (632) 897-2672
Fax : (632) 890-4729

Contacto : Mr. Eduardo Morera (Operating Manager)

7) Empresa : **LA TIENDA**
Dirección : 43 Polaris St., Bel Air
Makati City
Teléfono : (632) 896-1846 / 890-4123
Fax : (632) 895-1651
Contacto : Mr. Raul Urra (Propietario)
Ms. Lourdes Feliciano (Purchasing Manager)

8) Empresa : **MARIO´S**
Dirección : Tomas Morato Avenue, Quezon City, Metro Manila
Teléfono : (632) 372-0360
Fax : (632) 372-0352
Email : knette.tolentino@lycos.com
Contacto : Mr. Mario Benitez (Owner)
Mr. Marlo Benitez (General Manager)
Ms. Wilma Flores (Purchasing Manager)
Ms. Knette Tolentino (Division Manager)
Branches in Makati, Mandaluyong and Baguio City
* Spanish-Filipino

9) Empresa : **EL COMEDOR**
Dirección : G/F Anson Arcade, Paseo de Roxas
Makati
Teléfono : (632) 892-5071 / 893.2518
Fax : (632)893.2518
E-mail elcomedor@mydestiny.com
Contacto : Ms. Marilen Lopez (Owner & General Manager)

10) Empresa : **MINGOY´S SPANISH CUISINE**
Dirección : 11 Miramar Arcade, Magallanes
Makati City, Metro Manila, Philippines
Teléfono : (632) 842-1904
Fax : (632) 842-1904
Contacto : Mr. Kurt Bachmann (Owner)
Branches in Makati, Quezon City, Pasig City
* Spanish-Filipino

11) Empresa : **DULCINEA**
Dirección : 282 Tomas Morato Ave., Quezon City
Metro Manila, Philippines
Teléfono : (632) 920-7892/ 93
Fax : (632) 920-7893
Contacto : Mr. Alexander Libongco (Owner)
with branches in Makati, Mandaluyong, Muntinlupa, Manila, Parañaque and Las Piñas

12) Empresa : **ILLUSTRADO**
Dirección : 744 Calle Real del Palacio, Intramuros, Manila

Metro Manila, Philippines
Teléfono : (632) 527-2345/ 3674/3675 / 301-0135
Fax : (632) 527-2345
Contacto : Mr. Bonifacio Pimentel (President)
* Spanish-Filipino

13) Empresa : **LAS PAELLAS RESTAURANT**
Dirección : 6465 Alabang-Zapote Road cor. Buencamino St.,
Alabang, Muntinlupa City, Metro Manila, Philippines
Teléfono : (632) 807-0352/ 850-8824
Fax : (632) 850-8824
Contacto : Mrs. Trisha del Gallego (Owner)
Spanish-Filipino
Branch in Quezon City

14) Empresa : **RASTRO**
Dirección : Unit 1058, Lopez Drive, PowerPlant Mall, Rockwell Center
Makati City, Metro Manila, Philippines
Teléfono : (632) 898-0957
Fax : (632) 898-0903
Contacto : Ms. Patty del Rosario (Owner)

15) Empresa : **CHATEAU VERDE**
Dirección : 63 Apacible St. UP Campus, Diliman
Quezon City, Metro Manila, Philippines
Teléfono : (632) 928-8180/ 927-3035
Fax : (632) 851-4778
Contacto : Mrs. Gregoria Cervantes

16) Empresa : **BLUEBAY SPANISH RESTAURANT**
Dirección : T.M. Kalaw cor. Parade St., Ermita, Manila
Teléfono : (632) 400-7437
Fax : (632) 400-7439
Contacto : Mr. Miguel Carreon

17) Empresa : **CENA**
Dirección : Greenbelt 2, Ayala Center, Makati
Teléfono : (632) 757-4030 to 31
Fax : (632) 728-1454
Contacto : Mr. Cris Escudero
* Spanish, Mixed

18) Empresa : **TAPAS TAPAS**
Dirección : G/F Strata 2000 Bldg., Emerald Ave., Ortigas Center
Teléfono : (632) 6874328 / 6877989
Fax : (632) 728-1454
Contacto : Ms. Natasha Ventura

Nota: Hay un importante numero de cadenas de restaurantes italianos por el país que pueden también ser un buen canal de distribución para la conserva vegetal.

12.5. Listado de las principales cadenas de supermercados.

Empresa	Dirección	Distrito	Teléfono	Fax	Contacto
BIG R SUPERCENTER	27th Fl., Galleria Corporate Center, EDSA cor. Ortigas Ave.,	Quezon City	671-7145	671-0885	Ms. Olive Agustin
CASH & CARRY WHOLESALE MART	Wholesale Mart Bldg., South Superhighway/Filmore St.	Makati City	844-4506	844-4506	Mr. Raymond Wu
CHERRY FOODARAMA	514 Shaw Boulevard,	Mandaluyong City	533-9556	533-9556	Mr. Michael Ong
DUTY FREE PHILS	Fiesta Shopping Center, Ninoy Aquino Ave.	Parañaque City	879-4222	879-3662	Ms. Virginia D. Mercado
MAKATI SUPERMARKET	Alabang Town Center, Alabang,	Muntinlupa City	850-7657	807-2207	Mr. Liong
PHILIPPINES MAKRO	Km. 21 East Service Road South Super Highway, Sucat	Muntinlupa City	876 3122	876-3140	Mr. Joel Delfin
ROBINSON´S SUPERMARKET CORP	Robinson's Galleria, EDSA corner Ortigas Avenue,	Quezon City	395-0090	395-0112	Ms. Lyn de Jesus
RUSTAN'S SUPERMARKETS	Araneta Center, Cubao	Quezon City	911-2412	911-0872	Ms. Mina Maraya
S& R PRICE	32 Str., 5th Av., Fort Bonifacio	Taguig	888-0433	888-0689	Ms. Gwen Lim
SHOPWISE	2/F Rustans Superstore Bldg., Araneta Center, Cubao	Quezon City	912-6292	911-7455	Ms. Felicisima Enriquez
SM SUPERMARKETS	118 E. Rodriguez Avenue, Barrio Ugong	Pasig City	831-1888	833-2574	Ms. Pia Uy
SM "Shoemart" SUPERMARKETS	118 E. Rodriguez Avenue, Barrio Ugong	Pasig City	831-1888	833-2574	Ms. Ana Moyo

SOUTH SUPERMARKET	4/F, 111 Paseo de Rojas	Makati City	812-8358	812-8454	Ms. Bella Barrera
THE LANDMARK CORP	Makati Ave., Ayala Center	Makati City	810-9990	815-3595	Mr. Raymond Lim
TROPICAL HUT FOOD MARKET	163 E delos Santos Ave.	Mandaluyong City	726-5061	727-1822	Mr. Cecilio Conti
UNIWIDE SALES WAREHOUSE CLUB	90 E. Rodriguez Ave., Libis	Quezon City	633-5951	439-9194	Mrs. Emily Bañares
WALTERMART ABENSON CORP	11 Benito Bldg. Sheridan ,	Mandaluyong City	631-8161	747-2944	Ms. Edith Rumboa

12.6. Estadísticas de importaciones en Filipinas.

citrus fruit,preprd/preserv,nes,wtr/not contg added sugar/sweetg /spirit	2004			2003			2002		
Country	**Quantity**	**Value**	**%Share**	**Quantity**	**Value**	**%Share**	**Quantity**	**Value**	**%Share**
TOTAL IMPORTS OF PSCC: 0589400	272.353	39.857	100	823.490	525.960	100	1.748.094	2.106.664	100
(REGIONAL BLOCS)									
AMERICAS	1.200	1.127	2,83	0	0	0	8.812	20.020	0,95
NORTH AMERICA	1.200	1.127	2,83	0	0	0	8.812	20.020	0,95
U.S.A. (Excl. Hawaii & Alaska)	1.200	1.127	2,83	0	0	0	8.812	20.020	0,95
EUROPE	6.494	2.241	5,62	5.334	5.050	0,96	3.037	3.880	0,18
EUROPEAN UNION	6.494	2.241	5,62	5.334	5.050	0,96	3.037	3.880	0,18
Spain	6.494	2.241	5,62	3.600	718	0,14	2.950	3.691	0,18
Germany	0	0	0	1.734	4.332	0,82	0	0	0
Great Britain And Northern Ireland	0	0	0	0	0	0	87	189	0,01
ASEAN AND OTHER ASIAN COUNTRIES	264.659	36.489	91,55	818.156	520.910	99,04	1.736.245	2.082.764	98,87
ASEAN COUNTRIES	0	0	0	9.143	7.322	1,39	4.746	4.182	0,2
Singapore	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Thailand	0	0	0	9.143	7.322	1,39	4.746	4.182	0,2
GREATER CHINA / KOREA	264.659	36.489	91,55	809.013	513.588	97,65	1.731.499	2.078.582	98,67
China, People'S Rep. Of	264.659	36.489	91,55	395.832	209.900	39,91	1.704.499	2.054.785	97,54
Hong Kong S.A.R.	0	0	0	413.181	303.688	57,74	0	0	0
Korea, Rep. Of (South)	0	0	0	0	0	0	27.000	23.797	1,13

pears/edible parts thereof, prepared/ preserved, nes

Country	2004			2003			2002		
	Quantity	Value	%Share	Quantity	Value	%Share	Quantity	Value	%Share
TOTAL IMPORTS OF PSCC: 0589601	322.083	152.443	100	593.615	434.184	100	796.102	648.390	100
(REGIONAL BLOCS)									
AMERICAS	67.604	15.774	10,35	568.093	420.393	96,82	743.308	591.020	91,15
NORTH AMERICA	67.604	15.774	10,35	568.093	420.393	96,82	743.308	591.020	91,15
U.S.A. (Excl. Hawaii & Alaska)	67.604	15.774	10,35	568.093	420.393	96,82	743.308	591.020	91,15
EUROPE	21.536	11.176	7,33	17.083	5.864	1,35	31.666	17.971	2,77
EUROPEAN UNION	21.536	11.176	7,33	17.083	5.864	1,35	31.666	17.971	2,77
Spain	18.663	9.874	6,48	16.485	4.733	1,09	30.640	16.638	2,57
Germany	2.873	1.302	0,85	0	0	0	0	0	0
France	0	0	0	598	1.131	0,26	1.026	1.333	0,21
Great Britain And Northern Ireland	0	0	0	0	0	0	0	0	0
JAPAN, AUSTRALASIA, OCEANIA & OTH TERR.	0	0	0	0	0	0	0	0	0
JAPAN & AUSTRALASIA	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Australia	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ASEAN AND OTHER ASIAN COUNTRIES	232.943	125.493	82,32	7.172	7.556	1,74	14.029	32.216	4,97
ASEAN COUNTRIES	232.943	125.493	82,32	7.172	7.556	1,74	8.307	26.100	4,03
Singapore	232.943	125.493	82,32	7.172	7.556	1,74	8.307	26.100	4,03
Thailand	0	0	0	0	0	0	0	0	0
OTHER ASIAN COUNTRIES	0	0	0	0	0	0	1.110	5.242	0,81
Nepal	0	0	0	0	0	0	1.110	5.242	0,81
GREATER CHINA / KOREA	0	0	0	0	0	0	4.612	874	0,13
China, People'S Rep. Of	0	0	0	0	0	0	4.612	874	0,13
Hong Kong S.A.R.	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Taiwan	0	0	0	0	0	0	0	0	0
MIDDLE EAST AND AFRICA	0	0	0	1.267	371	0,09	7.099	7.183	1,11
MIDDLE EAST COUNTRIES	0	0	0	0	0	0	4.565	6.415	0,99

Saudi Arabia	0	0	0	0	0	0	4.565	6.415	0,99
United Arab Emirates	0	0	0	0	0	0	0	0	0
AFRICAN COUNTRIES	0	0	0	1.267	371	0,09	2.534	768	0,12
South Africa Rep. Of	0	0	0	1.267	371	0,09	2.534	768	0,12

apricots,othws preprd/preserv,nes,wtr/ not contg sugar/sweetg /spirit

	2004			2003			2002		
Country	**Quantity**	**Value**	**%Share**	**Quantity**	**Value**	**%Share**	**Quantity**	**Value**	**%Share**
TOTAL IMPORTS OF PSCC: 0589501 (REGIONAL BLOCS)	4.517	2.154	100	17.286	11.302	100	7.158	9.846	100
AMERICAS	0	0	0	1.524	1.506	13,33	2.076	2.700	27,42
NORTH AMERICA	0	0	0	1.524	1.506	13,33	2.076	2.700	27,42
Canada	0	0	0	1.362	1.355	11,99	0	0	0
U.S.A. (Excl. Hawaii & Alaska)	0	0	0	162	151	1,34	2.076	2.700	27,42
EUROPE	4.517	2.154	100	14.168	9.204	81,44	2.954	1.241	12,6
EUROPEAN UNION	4.517	2.154	100	14.168	9.204	81,44	2.954	1.241	12,6
Spain	4.153	1.534	71,22	12.888	6.514	57,64	2.700	707	7,18
Germany	364	620	28,78	485	1.211	10,71	0	0	0
Belgium	0	0	0	0	0	0	0	0	0
France	0	0	0	795	1.479	13,09	0	0	0
Great Britain And Northern Ireland	0	0	0	0	0	0	254	534	5,42
Netherlands	0	0	0	0	0	0	0	0	0
WESTERN EUROPE	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Switzerland	0	0	0	0	0	0	0	0	0
JAPAN, AUSTRALASIA, OCEANIA & OTH TERR.	0	0	0	960	400	3,54	0	0	0
JAPAN & AUSTRALASIA	0	0	0	960	400	3,54	0	0	0
Australia	0	0	0	960	400	3,54	0	0	0
New Zealand (Excludes Western Samoa)	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ASEAN AND OTHER ASIAN COUNTRIES	0	0	0	0	0	0	1.494	5.713	58,02
ASEAN COUNTRIES	0	0	0	0	0	0	1.090	3.807	38,67

Singapore	0	0	0	0	0	0	1.090	3.807	38,67
OTHER ASIAN COUNTRIES	0	0	0	0	0	0	404	1.906	19,36
Nepal	0	0	0	0	0	0	404	1.906	19,36
GREATER CHINA / KOREA	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Hong Kong S.A.R.	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Taiwan	0	0	0	0	0	0	0	0	0
MIDDLE EAST AND AFRICA	0	0	0	634	192	1,7	634	192	1,95
AFRICAN COUNTRIES	0	0	0	634	192	1,7	634	192	1,95
South Africa Rep. Of	0	0	0	634	192	1,7	634	192	1,95

cherries, othws preprd/preserv,nes,wtr/ not contg sugar/sweetg /spirit

	2004			2003			2002		
Country	**Quantity**	**Value**	**%Share**	**Quantity**	**Value**	**%Share**	**Quantity**	**Value**	**%Share**
TOTAL IMPORTS OF PSCC: 0589502 (REGIONAL BLOCS)	178.756	90.484	100	414.487	307.985	100	445.542	380.172	100
AMERICAS	79.878	54.170	59,87	159.971	98.246	31,9	130.757	100.881	26,54
NORTH AMERICA	79.878	54.170	59,87	159.971	98.246	31,9	130.757	100.881	26,54
U.S.A. (Excl. Hawaii & Alaska)	79.878	54.170	59,87	159.971	98.246	31,9	119.642	93.051	24,48
Canada	0	0	0	0	0	0	11.115	7.830	2,06
EUROPE	83.944	31.822	35,17	248.541	206.115	66,92	206.221	181.965	47,86
EUROPEAN UNION	83.944	31.822	35,17	248.361	205.615	66,76	205.726	181.780	47,82
Italy	56.876	17.024	18,81	53.946	21.766	7,07	24.151	7.634	2,01
Greece	18.480	10.349	11,44	194.251	183.576	59,61	180.516	171.721	45,17
Spain	7.950	3.630	4,01	0	0	0	0	0	0
Germany	638	819	0,91	0	0	0	0	0	0
France	0	0	0	164	273	0,09	0	0	0
Great Britain And Northern Ireland	0	0	0	0	0	0	1.059	2.425	0,64
Netherlands	0	0	0	0	0	0	0	0	0
WESTERN EUROPE	0	0	0	180	500	0,16	495	185	0,05
Switzerland	0	0	0	180	500	0,16	495	185	0,05

JAPAN, AUSTRALASIA, OCEANIA & OTH TERR.	0	0	0	2.000	2.477	0,8	891	1.236	0,33
JAPAN & AUSTRALASIA	0	0	0	2.000	2.477	0,8	891	1.236	0,33
Australia	0	0	0	1.860	755	0,25	891	1.236	0,33
Japan	0	0	0	140	1.722	0,56	0	0	0
ASEAN AND OTHER ASIAN COUNTRIES	14.934	4.492	4,96	3.975	1.147	0,37	107.673	96.090	25,28
ASEAN COUNTRIES	0	0	0	97	403	0,13	1.492	4.678	1,23
Singapore	0	0	0	97	403	0,13	1.492	4.678	1,23
Thailand	0	0	0	0	0	0	0	0	0
OTHER ASIAN COUNTRIES	0	0	0	0	0	0	544	2.569	0,68
Nepal	0	0	0	0	0	0	544	2.569	0,68
Sri Lanka (Ceylon)	0	0	0	0	0	0	0	0	0
GREATER CHINA / KOREA	14.934	4.492	4,96	3.878	744	0,24	105.637	88.843	23,37
China, People'S Rep. Of	14.934	4.492	4,96	3.878	744	0,24	0	0	0
Hong Kong S.A.R.	0	0	0	0	0	0	37	139	0,04
Taiwan	0	0	0	0	0	0	105.600	88.704	23,33
MIDDLE EAST AND AFRICA	0	0	0	0	0	0	0	0	0
AFRICAN COUNTRIES	0	0	0	0	0	0	0	0	0
South Africa Rep. Of	0	0	0	0	0	0	0	0	0

peaches, othws preprd/preserv,nes,wtr/ not contg sugar/sweetg/spirit

	2004			2003			2002		
Country	**Quantity**	**Value**	**%Share**	**Quantity**	**Value**	**%Share**	**Quantity**	**Value**	**%Share**
TOTAL IMPORTS OF PSCC: 0589503 (REGIONAL BLOCS)	476.194	284.039	100	2.248.154	1.608.671	100	9.249.104	5.747.807	100
AMERICAS	87.454	77.610	27,32	568.996	445.480	27,69	1.664.933	1.127.680	19,62
NORTH AMERICA	87.454	77.610	27,32	173.956	130.948	8,14	1.664.933	1.127.680	19,62
U.S.A. (Excl. Hawaii & Alaska)	87.454	77.610	27,32	18.324	6.442	0,4	1.664.933	1.127.680	19,62
Canada	0	0	0	155.632	124.506	7,74	0	0	0
SOUTH AMERICA	0	0	0	395.040	314.532	19,55	0	0	0
Chile	0	0	0	395.040	314.532	19,55	0	0	0

EUROPE	77.512	37.467	13,19	938.006	637.761	39,65	5.248.735	3.292.259	57,28
EUROPEAN UNION	77.512	37.467	13,19	938.006	637.761	39,65	5.248.735	3.292.259	57,28
Greece	48.970	24.520	8,63	724.197	494.276	30,73	4.159.626	2.479.462	43,14
Spain	27.410	10.781	3,8	212.889	140.159	8,71	283.049	221.300	3,85
France	1.132	2.166	0,76	112	187	0,01	752.199	583.100	10,14
Great Britain And Northern Ireland	0	0	0	808	3.139	0,2	197	495	0,01
Italy	0	0	0	0	0	0	528	287	0
Netherlands	0	0	0	0	0	0	53.136	7.615	0,13
EASTERN EUROPE	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Russian Federation (U.S.S.R.)	0	0	0	0	0	0	0	0	0
JAPAN, AUSTRALASIA, OCEANIA & OTH TERR.	0	0	0	122.703	108.245	6,73	109.568	66.015	1,15
JAPAN & AUSTRALASIA	0	0	0	122.703	108.245	6,73	109.568	66.015	1,15
Australia	0	0	0	122.703	108.245	6,73	109.468	65.941	1,15
Japan	0	0	0	0	0	0	100	74	0
New Zealand (Excludes Western Samoa)	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ASEAN AND OTHER ASIAN COUNTRIES	279.548	139.272	49,03	9.351	7.763	0,48	1.998.158	1.141.182	19,85
ASEAN COUNTRIES	63.309	56.904	20,03	9.351	7.763	0,48	241.399	185.665	3,23
Thailand	53.880	43.992	15,49	0	0	0	165.325	140.294	2,44
Singapore	9.429	12.912	4,55	9.351	7.763	0,48	76.074	45.371	0,79
OTHER ASIAN COUNTRIES	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Sri Lanka (Ceylon)	0	0	0	0	0	0	0	0	0
GREATER CHINA / KOREA	216.239	82.368	29	0	0	0	1.756.759	955.517	16,62
China, People'S Rep. Of	216.239	82.368	29	0	0	0	437.604	261.740	4,55
Hong Kong S.A.R.	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Korea, Rep. Of (South)	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Taiwan	0	0	0	0	0	0	1.319.155	693.777	12,07
MIDDLE EAST AND AFRICA	31.680	29.690	10,45	609.098	409.422	25,45	227.710	120.671	2,1
MIDDLE EAST COUNTRIES	0	0	0	0	0	0	7.501	4.235	0,07
Saudi Arabia	0	0	0	0	0	0	7.501	4.235	0,07
United Arab Emirates	0	0	0	0	0	0	0	0	0
AFRICAN COUNTRIES	31.680	29.690	10,45	609.098	409.422	25,45	220.209	116.436	2,03

South Africa Rep. Of	31.680	29.690	10,45	609.098	409.422	25,45	220.209	116.436	2,03

strawberries/edible parts thereof, prepared/preserved, nes

	2004			2003			2002		
Country	**Quantity**	**Value**	**%Share**	**Quantity**	**Value**	**%Share**	**Quantity**	**Value**	**%Share**
TOTAL IMPORTS OF PSCC: 0589602 (REGIONAL BLOCS)	69.928	95.478	100	88.183	120.349	100	94.003	111.405	100
AMERICAS	42.738	56.963	59,66	75.173	91.796	76,27	56.621	70.808	63,56
NORTH AMERICA	42.738	56.963	59,66	75.173	91.796	76,27	54.807	68.948	61,89
U.S.A. (Excl. Hawaii & Alaska)	42.738	56.963	59,66	63.803	89.269	74,18	54.807	68.948	61,89
Canada	0	0	0	11.370	2.527	2,1	0	0	0
CENTRAL AMERICA	0	0	0	0	0	0	1.814	1.860	1,67
Honduras	0	0	0	0	0	0	1.814	1.860	1,67
EUROPE	19.055	16.332	17,11	4.220	10.673	8,87	24.277	19.043	17,09
EUROPEAN UNION	19.055	16.332	17,11	4.220	10.673	8,87	24.277	19.043	17,09
Germany	6.169	11.150	11,68	3.654	9.133	7,59	2.382	3.564	3,2
Spain	12.499	4.440	4,65	360	1.196	0,99	21.206	13.866	12,45
France	387	742	0,78	206	344	0,29	0	0	0
Great Britain And Northern Ireland	0	0	0	0	0	0	689	1.613	1,45
Netherlands	0	0	0	0	0	0	0	0	0
JAPAN, AUSTRALASIA, OCEANIA & OTH TERR.	7.502	18.979	19,88	7.075	16.020	13,31	13.105	21.554	19,35
JAPAN & AUSTRALASIA	7.502	18.979	19,88	7.075	16.020	13,31	13.105	21.554	19,35
Australia	7.502	18.979	19,88	7.075	16.020	13,31	13.105	21.554	19,35
New Zealand (Excludes Western Samoa)	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ASEAN AND OTHER ASIAN COUNTRIES	633	3.204	3,36	0	0	0	0	0	0
ASEAN COUNTRIES	633	3.204	3,36	0	0	0	0	0	0
Singapore	633	3.204	3,36	0	0	0	0	0	0
GREATER CHINA / KOREA	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Hong Kong S.A.R.	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Taiwan	0	0	0	0	0	0	0	0	0

OTHERS	0	0	0	1.715	1.860	1,55	0	0	0
Trust Territory Of The Pacific Islands	0	0	0	1.715	1.860	1,55	0	0	0

mixtures, of fruits/oth edible parts of plants, prepared/preserved, nes

	2004			2003			2002		
Country	**Quantity**	**Value**	**%Share**	**Quantity**	**Value**	**%Share**	**Quantity**	**Value**	**%Share**
TOTAL IMPORTS OF PSCC: 0589700	986.350	732.078	100	1.858.201	1.133.409	100	2.117.976	1.360.667	100
(REGIONAL BLOCS)									
AMERICAS	80.356	45.488	6,21	169.865	96.486	8,51	220.953	125.872	9,25
NORTH AMERICA	80.356	45.488	6,21	169.865	96.486	8,51	220.953	125.872	9,25
U.S.A. (Excl. Hawaii & Alaska)	80.356	45.488	6,21	169.865	96.486	8,51	220.953	125.872	9,25
Canada	0	0	0	0	0	0	0	0	0
EUROPE	10.379	4.741	0,65	68.323	12.956	1,14	186.074	51.122	3,76
EUROPEAN UNION	10.379	4.741	0,65	68.323	12.956	1,14	186.074	51.122	3,76
Italy	10.379	4.741	0,65	14.323	5.396	0,48	14.961	5.576	0,41
France	0	0	0	0	0	0	640	304	0,02
Germany	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Great Britain And Northern Ireland	0	0	0	0	0	0	215	868	0,06
Greece	0	0	0	36.720	5.141	0,45	127.872	33.535	2,46
Netherlands	0	0	0	17.280	2.419	0,21	35.424	10.627	0,78
Spain	0	0	0	0	0	0	6.962	212	0,02
WESTERN EUROPE	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Switzerland	0	0	0	0	0	0	0	0	0
JAPAN, AUSTRALASIA, OCEANIA & OTH TERR.	0	0	0	76.839	54.470	4,81	90.064	43.787	3,22
JAPAN & AUSTRALASIA	0	0	0	76.839	54.470	4,81	90.064	43.787	3,22
Australia	0	0	0	76.839	54.470	4,81	90.064	43.787	3,22
New Zealand (Excludes Western Samoa)	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ASEAN AND OTHER ASIAN COUNTRIES	359.452	159.720	21,82	630.083	141.949	12,52	480.561	219.327	16,12
ASEAN COUNTRIES	290.752	135.978	18,57	565.877	102.601	9,05	342.378	124.367	9,14
Singapore	153.985	98.430	13,45	284.309	50.197	4,43	186.493	95.445	7,01

Thailand	136.632	37.319	5,1	108.206	22.733	2,01	41.512	7.916	0,58
Vietnam	135	229	0,03	0	0	0	0	0	0
Indonesia (Includes West Irian)	0	0	0	173.362	29.671	2,62	114.373	21.006	1,54
OTHER ASIAN COUNTRIES	0	0	0	666	1.320	0,12	0	0	0
India	0	0	0	666	1.320	0,12	0	0	0
GREATER CHINA / KOREA	68.700	23.742	3,24	63.540	38.028	3,36	138.183	94.960	6,98
Korea, Rep. Of (South)	17.380	10.865	1,48	31.716	31.345	2,77	0	0	0
Hong Kong S.A.R.	35.000	9.450	1,29	0	0	0	2.032	1.140	0,08
China, People'S Rep. Of	16.320	3.427	0,47	31.824	6.683	0,59	13.200	3.450	0,25
Taiwan	0	0	0	0	0	0	122.951	90.370	6,64
MIDDLE EAST AND AFRICA	536.163	522.129	71,32	896.040	818.022	72,17	1.140.324	920.559	67,65
MIDDLE EAST COUNTRIES	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Saudi Arabia	0	0	0	0	0	0	0	0	0
United Arab Emirates	0	0	0	0	0	0	0	0	0
AFRICAN COUNTRIES	536.163	522.129	71,32	896.040	818.022	72,17	1.140.324	920.559	67,65
South Africa Rep. Of	536.163	522.129	71,32	896.040	818.022	72,17	1.140.324	920.559	67,65
OTHERS	0	0	0	17.051	9.526	0,84	0	0	0
Trust Territory Of The Pacific Islands	0	0	0	17.051	9.526	0,84	0	0	0

plums/edible parts thereof, prepared/ preserved, nes

Country	2004			2003			2002		
	Quantity	Value	%Share	Quantity	Value	%Share	Quantity	Value	%Share
TOTAL IMPORTS OF PSCC: 0589608 (REGIONAL BLOCS)	0	0		0	0		2.914	638	100
JAPAN, AUSTRALASIA, OCEANIA & OTH TERR.	0	0	0	0	0	0	0	0	0
JAPAN & AUSTRALASIA	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Japan	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ASEAN AND OTHER ASIAN COUNTRIES	0	0	0	0	0	0	2.914	638	100
ASEAN COUNTRIES	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Indonesia (Includes West Irian)	0	0	0	0	0	0	0	0	0

GREATER CHINA / KOREA	0	0	0	0	0	0	2.914	638	100
China, People'S Rep. Of	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Hong Kong S.A.R.	0	0	0	0	0	0	2.164	422	66,14
Taiwan	0	0	0	0	0	0	750	216	33,86

other fruits or edible parts of plants, prepared or preserved, n.e.s.

	2004			2003			2002		
Country	**Quantity**	**Value**	**%Share**	**Quantity**	**Value**	**%Share**	**Quantity**	**Value**	**%Share**
TOTAL IMPORTS OF PSCC: 0589619 (REGIONAL BLOCS)	1.671.435	1.087.276	100	861.599	407.755	100	2.788.978	1.767.453	100
AMERICAS	125.024	84.753	7,79	149.676	101.127	24,8	910.488	935.129	52,91
NORTH AMERICA	125.024	84.753	7,79	149.676	101.127	24,8	909.390	933.675	52,83
U.S.A. (Excl. Hawaii & Alaska)	125.024	84.753	7,79	149.676	101.127	24,8	905.590	932.536	52,76
Canada	0	0	0	0	0	0	3.800	1.139	0,06
Mexico	0	0	0	0	0	0	0	0	0
CARIBBEAN COUNTRIES	0	0	0	0	0	0	1.098	1.454	0,08
Virgin Islands (British)	0	0	0	0	0	0	1.098	1.454	0,08
SOUTH AMERICA	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Brazil	0	0	0	0	0	0	0	0	0
EUROPE	46.218	111.252	10,23	43.347	59.605	14,62	61.437	40.483	2,29
EUROPEAN UNION	45.941	110.820	10,19	42.155	58.784	14,42	58.461	37.437	2,12
Spain	35.370	97.729	8,99	1.068	2.653	0,65	57.154	35.035	1,98
Belgium	7.324	10.238	0,94	0	0	0	0	0	0
Germany	947	1.626	0,15	40.313	54.733	13,42	1.000	1.714	0,1
Italy	2.300	1.227	0,11	0	0	0	0	0	0
France	0	0	0	774	1.398	0,34	0	0	0
Great Britain And Northern Ireland	0	0	0	0	0	0	307	688	0,04
Netherlands	0	0	0	0	0	0	0	0	0
WESTERN EUROPE	277	432	0,04	1.192	821	0,2	2.976	3.046	0,17
Switzerland	277	432	0,04	1.192	821	0,2	2.976	3.046	0,17

JAPAN, AUSTRALASIA, OCEANIA & OTH TERR.	40	191	0,02	8.969	8.811	2,16	23.603	39.337	2,23
JAPAN & AUSTRALASIA	40	191	0,02	8.969	8.811	2,16	23.603	39.337	2,23
Australia	40	191	0,02	8.240	8.290	2,03	22.660	38.685	2,19
Japan	0	0	0	729	521	0,13	943	652	0,04
New Zealand (Excludes Western Samoa)	0	0	0	0	0	0	0	0	0
US TERRITORIES	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Guam	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ASEAN AND OTHER ASIAN COUNTRIES	1.500.153	891.080	81,96	640.785	230.760	56,59	1.793.450	752.504	42,58
ASEAN COUNTRIES	108.023	59.633	5,48	249.615	116.125	28,48	392.224	120.595	6,82
Singapore	43.691	32.912	3,03	29.331	28.851	7,08	30.155	23.330	1,32
Thailand	52.786	13.522	1,24	74.825	33.184	8,14	334.803	88.764	5,02
Indonesia (Includes West Irian)	11.546	13.199	1,21	26.552	5.595	1,37	26.818	8.082	0,46
Malaysia	0	0	0	100.000	38.000	9,32	0	0	0
Vietnam	0	0	0	18.907	10.495	2,57	448	419	0,02
OTHER ASIAN COUNTRIES	0	0	0	0	0	0	0	0	0
India	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Pakistan, Islamic Rep.	0	0	0	0	0	0	0	0	0
GREATER CHINA / KOREA	1.392.130	831.447	76,47	391.170	114.635	28,11	1.401.226	631.909	35,75
China, People'S Rep. Of	1.381.100	826.425	76,01	351.940	81.115	19,89	1.323.460	586.428	33,18
Taiwan	9.250	4.198	0,39	3.860	7.662	1,88	27.531	14.860	0,84
Hong Kong S.A.R.	1.440	540	0,05	11.560	5.858	1,44	20.270	6.615	0,37
Korea, Rep. Of (South)	340	284	0,03	23.810	20.000	4,9	29.965	24.006	1,36
MIDDLE EAST AND AFRICA	0	0	0	17.107	6.048	1,48	0	0	0
MIDDLE EAST COUNTRIES	0	0	0	0	0	0	0	0	0
United Arab Emirates	0	0	0	0	0	0	0	0	0
AFRICAN COUNTRIES	0	0	0	17.107	6.048	1,48	0	0	0
South Africa Rep. Of	0	0	0	17.107	6.048	1,48	0	0	0
OTHERS	0	0	0	1.715	1.404	0,34	0	0	0
Trust Territory Of The Pacific Islands	0	0	0	1.715	1.404	0,34	0	0	0

Note: Latest available data for year 2004 is from January - September only.

12.7. Ferias del sector.

Aunque en Filipinas hay múltiples ferias y eventos relacionados con el sector de la alimentación, las ferias más importantes que se celebran en el país y que son de interés para la conserva vegetal y el zumo son:

MANILA INTERNATIONAL FOOD EXHIBITION

Feria internacional del sector de la alimentación en fresco y procesado, orgánica y de productos marinos; celebrada a finales de mayo en el Center of International Trade Expositions and Missions (CITEM).[13]

FOOD & BEVERAGE FAIR

Se celebra de forma anual en el World Trade Center de Manila durante finales de Junio, principio de Julio. Esta feria de carácter internacional celebrará en 2005 su séptima edición.[14]

CEBU FOOD EXPO

Forma parte de la feria anual Manufacturing Technology Cebu celebrada en el Showroom del hotel Waterfront Ceby City durante la primera semana de Julio en la isla de Cebú.
Sobre el conjunto de las 3 ferias celebradas de forma conjunta en este recinto de las que forma parte Cebú Food, tanto el ICEX y la oficina comercial en Manila, como el INFO de Murcia cuenta con un informe que detalla lo acontecido en la feria en la última edición de Julio de 2004.

ASIA FOOD EXPO

Es quizás la feria de mayor repercusión del sector por ser también la que más tiempo lleva celebrándose. Tiene carácter internacional y se celebra de forma anual en el mes de Septiembre en el World Trade Center de Manila.

FOODLINK

Esta feria forma parte de la prestigiosa Agrilink[15] que recoge todos los sectores vinculados a la agricultura y ganadería. Se celebra anualmente en el World Trade Center

[13] Manila Food Exhibition: www.citem.com.ph

[14] Food & Beverage: www.foodandbeverageexpo.com

[15] Agrilink: www.frld.org/agrilink

de Manila en el mes de octubre y de ella también se puede ampliar más información de la pasada edición celebrada del 13 al 16 de Octubre de 2004 en el ICEX y la oficina comercial en Manila así como el INFO de Murcia donde se realizó un amplio informe.