



INFORME N° 2 DE SEGUIMIENTO DEL MERCADO ESPAÑOL: Sector Agroalimentario

Conservas Vegetales (Espárrago, Pimiento de Piquillo) y Pimentón

FEBRERO 2011



ÍNDICE DE CONTENIDOS

	página
1. INTRODUCCION	5
2. INFORMACIÓN DE LA DEMANDA	7
2.1 Información general estadística del mercado	7
2.2 Seguimiento de la demanda	16
3. INFORMACIÓN DE LA OFERTA	19
4. COMERCIALIZACIÓN	20
5. ACTIVIDADES ANTENA	22
5.1 Oportunidades comerciales	22
5.2 Consultas	22
5.3 Entrevistas	22
5.4 Acciones de acompañamiento	25
6. OTRA INFORMACIÓN	26

I INTRODUCCION

El Proyecto Piloto de Sistemas de Información Comercial (Antenas Comerciales) para Promover Exportaciones no Tradicionales surge como una iniciativa de PromPerú, apoyada y financiada por la Confederación Andina de Fomento (CAF).

Este proyecto fue solicitado por el Ministerio de Comercio Exterior del Perú para contar con la consultoría de expertos españoles en el diseño de un sistema de Antenas Comerciales y la implementación de un proyecto piloto en España, que contribuya a un mayor y mejor conocimiento del mercado español y las redes de distribución hacia el resto de Europa.

El objetivo general de este proyecto es asesorar a PromPerú en el diseño de la estrategia de implementación de una red de antenas comerciales para potenciar la mejor inserción internacional de los productos peruanos de exportación. En el caso de España: Promover e incrementar el acceso de productos peruanos con valor agregado y de alta calidad de los sectores Pesca y Acuicultura, Agro y Agroindustrias e Industria de la Moda al mercado español.

Los **Objetivos Específicos** son:

1. Acompañar a PromPerú en el diseño de la estrategia para implementar una red de antenas comerciales que potencie la inserción internacional de los productos peruanos de exportación
2. Contar con estudios exhaustivos del mercado español para los sectores Pesca y Acuicultura, Agro y Agroindustrias e Industria de la Moda en base a información de fuentes primarias, que responda a las necesidades de inteligencia comercial del sector exportador
3. En la segunda fase, tener reportes periódicos del mercado español para los sectores seleccionados que brinden un mayor flujo de información de valor para la toma de decisiones estratégicas y la capitalización de oportunidades comerciales
4. Contar con información relevante y oportuna para una labor más eficiente y efectiva en las actividades de promoción que respondan no sólo a los criterios de PromPerú, sino a las necesidades del sector privado exportador que participará desde el inicio del proyecto

Se han seleccionado por parte de PromPerú 10 productos clave para las exportaciones peruanas presentes y futuras hacia España

En principio, estos informes podrán desglosarse de la siguiente manera:

- Información general sector agroalimentario en España
- Información sobre noticias acerca de los diez productos seleccionados
- Información sobre flujos de exportaciones peruanas a España de estos productos
- Noticias sobre las empresas, fusiones, acuerdos y otros
- Noticias sobre ferias y otros eventos

Dado el gran abanico que abarca el sector agroalimentario con productos, frescos, refrigerados, congelados, transformados (de escasa o profunda transformación), bebidas alcohólicas y no alcohólicas) en el estudio ya realizado se puso de manifiesto que los informes de seguimiento se dividirían, según los productos seleccionados, por sectores y se planificarían de la siguiente manera:

- Primer Informe:
 - Informe complementario sobre : AGUACATE, MANGO, GRANADA, UVA DE MESA. Ya entregado.
- Segundo Informe:
 - Informe complementario sobre: ESPARRAGOS EN CONSERVA, PIMIENTO DE PIQUILLO EN CONSERVA, PIMENTÓN
- Tercer Informe:
 - Informe complementario sobre: MANTECA DE CACAO, JUGO DE MARACUYÁ, MAÍZ CONGELADO
- Cuarto Informe:
 - Informe de cierre

En este segundo informe sobre los productos en conservas y pimentón elegidos por PromPerú se incluyen:

- Estadísticas finales del año 2010. En el estudio general entregado se mostraban las estadísticas del año 2009 y, en algunos casos, algunos meses de 2010
- Noticias sobre estos productos y en general sobre el subsector de conservas y de especias en general, desde Septiembre de 2010 hasta Abril de 2011
- Noticias sobre empresas españolas del sector
- Resumen de entrevistas y conversaciones con operadores del sector

2 INFORMACIÓN DE LA DEMANDA

2.1 INFORMACIÓN GENERAL ESTADÍSTICA DEL MERCADO

En este informe se ofrecen cifras finales de exportación de 2010. En el informe anterior se dieron las cifras previas, donde no figuraba algún capítulo, y hay ligeros cambios en los datos finales.

Las estadísticas de comercio exterior agroalimentarias de España muestran que en el año 2010 se han producido incrementos positivos en las dos direcciones comerciales.

Las exportaciones españolas de productos alimentarios en 2010 (24 primeros capítulos del arancel de aduanas “Taric”) han crecido en un 9,2% respecto a 2009, sobrepasando las cifras del año 2008. De los 24 capítulos, 22 han aumentado sus exportaciones al exterior en 2010 respecto a 2009. Las exportaciones agroalimentarias suponen el 14,5% de las exportaciones totales españolas.

En el siguiente cuadro se muestra la exportación de productos agroalimentarios por capítulos arancelarios en orden descendente de importancia, en valor.

EXPORTACION 24 CAPITULOS - TOTAL PAISES					
TARIC	Año 2008	Año 2009		Año 2010	
	Euros - miles	Euros - miles	%	Euros - miles	%
08 -- FRUTAS /FRUTOS, S/ CONSERVAR	5.007.353,52	4.905.255,93	- 2,0	5.414.869,79	10,4
07 -- LEGUMBRES, HORTALIZAS, S/ CONSERV.	3.745.881,99	3.969.256,64	6,0	3.995.950,03	0,7
02 -- CARNE Y DESPOJOS COMESTIBLES	2.817.286,56	2.659.003,69	- 5,6	2.874.434,83	8,1
22 -- BEBIDAS TODO TIPO (EXC. ZUMOS)	2.703.148,19	2.687.415,36	- 0,6	2.747.873,07	2,2
15 -- GRASAS, ACEITE ANIMAL O VEGETAL	2.615.532,31	2.027.184,26	- 22,5	2.443.927,44	20,6
20 -- CONSERVAS VERDURA O FRUTA; ZUMO	1.898.178,61	1.874.838,75	- 1,2	1.965.940,78	4,9
03 -- PESCADOS, CRUSTÁCEOS, MOLUSCOS	1.809.530,01	1.740.978,61	- 3,8	1.930.391,16	10,9
21 -- PREPARAC. ALIMENTICIAS DIVERSAS	1.026.129,87	1.011.184,10	- 1,5	1.053.918,38	4,2
04 -- LECHE, PRODUCTOS LÁCTEOS; HUEVOS	868.840,63	806.232,56	- 7,2	925.579,21	14,8
16 -- CONSERVAS DE CARNE O PESCADO	854.453,94	796.166,75	- 6,8	860.824,29	8,1
19 -- PRODUC. DE CEREALES, DE PASTELERIA	789.289,02	754.139,29	- 4,5	800.232,45	6,1
23 -- RESIDUOS INDUSTRIA ALIMENTARIA	504.311,45	492.463,13	- 2,3	546.572,19	11,0
18 -- CACAO Y SUS PREPARACIONES	346.249,54	347.747,74	0,4	496.959,30	42,9
17 -- AZÚCARES; ARTÍCULOS CONFITERÍA	395.143,57	376.416,73	- 4,7	429.500,12	14,1
10 -- CEREALES	489.699,99	274.753,73	- 43,9	373.673,24	36,0
01 -- ANIMALES VIVOS	292.757,75	286.541,35	- 2,1	342.034,43	19,4
12 -- SEMILLAS OLEAGI.; PLANTAS INDUSTRIALES	278.919,06	241.325,79	- 13,5	340.321,03	41,0
09 -- CAFÉ, TÉ, YERBA MATE Y ESPECIAS	222.319,69	238.389,30	7,2	261.536,72	9,7
24 -- TABACO Y SUS SUCEDÁNEOS	240.011,52	213.545,33	- 11,0	243.807,88	14,2
06 -- PLANTAS VIVAS; PRO. FLORICULTURA	221.697,23	202.010,12	- 8,9	214.600,56	6,2
11 -- PRODUC. DE LA MOLINERÍA; MALTA	179.022,04	152.555,53	- 14,8	197.303,33	29,3
13 -- JUGOS Y EXTRACTOS VEGETALES	164.907,91	149.442,57	- 9,4	178.929,46	19,7
05 -- OTROS PRODUCTOS DE ORIGEN ANIMAL	160.947,00	152.804,94	- 5,1	150.106,14	- 1,8
14 -- MATERIAS TRENZABLES	10.958,82	6.634,34	- 39,5	5.418,82	- 18,3
TOTALES	27.642.570,22	26.366.286,54	- 4,6	28.794.704,67	9,2

La exportación de productos frescos (Capítulos 1-8 del arancel), supone el 52,9% de la exportación total agroalimentaria española, aunque ha ido disminuyendo su peso relativo.

Los capítulos arancelarios con mayor crecimiento en el año 2010 son cacao y sus preparaciones, semillas oleaginosas, cereales, productos de la molinería y aceites vegetales (aceite de oliva).

El destino de las exportaciones agroalimentarias españolas es el siguiente:

EXPORTACION POR PAISES 24 CAPITULOS								
2008			2009			2010		
Países		Euros - miles	Países		Euros - miles	Países		Euros - miles
Francia	1	5.333.929,72	Francia	1	5.503.256,59	Francia	1	5.001.073,18
Alemania	2	3.332.197,97	Alemania	2	3.146.704,25	Alemania	2	3.344.376,92
Italia	3	3.309.977,37	Portugal	3	3.057.997,61	Portugal	3	2.916.702,62
Portugal	4	3.270.008,08	Italia	4	3.045.342,14	Italia	4	2.249.508,35
Reino Unido	5	2.301.212,02	Reino Unido	5	2.177.315,48	Reino Unido	5	2.227.387,26
Países Bajos	6	1.378.356,52	Países Bajos	6	1.328.565,30	Países Bajos	6	1.332.391,85
Estados Unidos	7	822.546,24	Estados Unidos	7	774.069,43	Estados Unidos	7	750.110,30
Bélgica	8	699.284,34	Bélgica	8	701.950,41	Bélgica	8	711.628,43
Polonia	9	517.818,74	Polonia	9	503.739,96	Polonia	9	572.428,01
Rusia	10	501.662,72	Suiza	10	392.590,37	Rusia	10	510.939,98
Suiza	11	355.230,15	Rusia	11	375.105,52	Suiza	11	393.653,60
Japón	12	330.147,64	Suecia	12	300.690,66	Suecia	12	345.371,82
Grecia	13	309.350,29	Dinamarca	13	282.658,08	Dinamarca	13	304.924,29
Dinamarca	14	297.700,15	Grecia	14	273.651,05	República Checa	14	243.456,04
Suecia	15	296.748,97	República Checa	15	253.866,20	Grecia	15	233.280,80
República Checa	16	236.272,41	Japón	16	224.063,73	Japón	16	231.204,06
Argelia	17	233.630,54	Austria	17	173.571,39	Austria	17	176.918,03
Andorra	18	173.710,74	Argelia	18	168.751,72	Emiratos Árabes Unidos	18	173.833,56
México	19	173.524,61	Andorra	19	167.414,07	China	19	165.480,11
Austria	20	172.297,52	Noruega	20	145.698,21	Noruega	20	158.261,45
Perú	85	12.382,63	Perú	84	13.074,27	Perú	77	17.892,09
21 PAISES		24.057.989,37			23.010.076,44			22.060.822,73
OTROS		3.584.580,85			3.356.210,10			6.733.882,23
TOTAL		27.642.570,22	TOTAL		26.366.286,54	TOTAL		28.794.704,96

El índice de cobertura de la balance comercial española en el año 2010 ha sido del 112,5%

En relación con el destino de las exportaciones agroalimentarias españolas en el año 2010, todavía es muy importante el peso de los países de la Unión Europea con 8 países entre los 10 primeros destinos y 13 entre los 20 primeros destinos. El peso aproximado de las exportaciones agroalimentarias españolas a países de la U. E. alcanzó el 77,1 % en el año 2010 (78,7% en 2009).

Francia y Alemania encabezan esta lista una vez más, con variaciones de -9,1% y +6,3%, respectivamente, en relación con 2009. Las exportaciones a Perú alcanzaron en el año 2010 la cifra de 17,9 M€, creciendo un 37,8% respecto a 2009, con cantidades bajas. Los 10 primeros

países de destino concentran el 91,6% de las exportaciones agroalimentarias. Perú ha pasado de ser el cliente número 84 de las exportaciones españolas en 2009, al puesto 77 en el año 2010.

Las importaciones españolas de productos agroalimentarios procedentes de otros países en el año 2010 también han tenido un crecimiento del 7,4% respecto a 2009.

Las importaciones agroalimentarias en 2010 copan el 10,8% de las importaciones totales españolas.

En el siguiente cuadro se muestra la importación de productos agroalimentarios por capítulos arancelarios, en valor, por orden descendente en importancia:

IMPORTACIÓN 24 CAPITULOS - TOTAL PAISES					
TARIC	Año 2008	Año 2009		Año 2010	
	Euros - miles	Euros - miles	%	Euros - miles	%
03 -- PESCADOS, CRUSTÁCEOS, MOLUSCOS	4.332.208,24	3.710.608,90	- 14,3	4.285.456,28	15,5
10 -- CEREALES	2.566.850,33	2.032.238,46	- 20,8	1.808.994,11	- 11,0
22 -- BEBIDAS TODO TIPO (EXC. ZUMOS)	1.816.742,97	1.577.283,00	- 13,2	1.712.317,14	8,6
04 -- LECHE, PRODUCTOS LÁCTEOS; HUEVOS	1.853.819,67	1.617.855,10	- 12,7	1.673.850,02	3,5
12 -- SEMILLAS OLEAGI.; PLANTAS INDUSTRIALES	1.761.944,29	1.469.347,34	- 16,6	1.523.491,37	3,7
08 -- FRUTAS /FRUTOS, S/ CONSERVAR	1.553.347,08	1.352.179,57	- 13,0	1.485.116,26	9,8
24 -- TABACO Y SUS SUCEDÁNEOS	1.456.020,29	1.421.525,87	- 2,4	1.449.975,04	2,0
21 -- PREPARAC. ALIMENTICIAS DIVERSAS	1.308.423,20	1.310.597,62	0,2	1.374.315,24	4,9
23 -- RESIDUOS INDUSTRIA ALIMENTARIA	1.594.424,50	1.357.863,90	- 14,8	1.306.699,88	- 3,8
15 -- GRASAS, ACEITE ANIMAL O VEGETAL	1.217.544,26	1.048.203,94	- 13,9	1.242.997,76	18,6
02 -- CARNE Y DESPOJOS COMESTIBLES	1.090.635,74	996.622,65	- 8,6	1.081.432,28	8,5
19 -- PRODUC. DE CEREALES, DE PASTELERIA	997.913,98	967.772,41	- 3,0	1.006.590,64	4,0
07 -- LEGUMBRES, HORTALIZAS, S/ CONSERV.	909.669,14	811.729,39	- 10,8	911.766,36	12,3
16 -- CONSERVAS DE CARNE O PESCADO	735.097,50	744.395,12	1,3	803.966,73	8,0
18 -- CACAO Y SUS PREPARACIONES	634.044,90	639.307,42	0,8	802.002,88	25,4
20 -- CONSERVAS VERDURA O FRUTA; ZUMO	844.841,57	756.021,37	- 10,5	778.523,10	3,0
09 -- CAFÉ, TÉ, YERBA MATE Y ESPECIAS	670.674,10	622.560,01	- 7,2	710.223,66	14,1
17 -- AZÚCARES; ARTÍCULOS CONFITERÍA	596.222,62	586.781,30	- 1,6	588.994,14	0,4
01 -- ANIMALES VIVOS	309.644,24	308.346,39	- 0,4	494.876,08	60,5
06 -- PLANTAS VIVAS; PRO. FLORICULTURA	200.513,58	172.041,20	- 14,2	171.437,69	- 0,4
11 -- PRODUC. DE LA MOLINERÍA; MALTA	215.099,07	156.537,08	- 27,2	156.759,13	0,1
05 -- OTROS PRODUCTOS DE ORIGEN ANIMAL	128.261,85	122.511,09	- 4,5	154.395,74	26,0
13 -- JUGOS Y EXTRACTOS VEGETALES	99.514,00	94.204,46	- 5,3	114.860,98	21,9
14 -- MATERIAS TRENZABLES	16.370,75	10.238,51	- 37,5	13.029,13	27,3
TOTALES	26.909.827,89	23.886.772,12	- 11,2	25.652.071,62	7,4

Los capítulos arancelarios con mayor crecimiento en la importación agroalimentaria española, que afectan al Perú, en el año 2010 son cacao y sus preparaciones, jugos y extractos vegetales, pescados, crustáceos y moluscos, frutas frescas, legumbres y hortalizas frescas, y conservas de frutas y hortalizas

El origen de las importaciones agroalimentarias españolas es el siguiente en los últimos tres años:

IMPORTACIÓN POR PAÍSES 24 CAPITULOS								
2008			2009			2010		
Países		Euros - miles	Países		Euros - miles	Países		Euros - miles
Francia	1	4.101.113,31	Francia	1	3.746.323,06	Francia	1	3.701.974,91
Alemania	2	2.211.847,76	Alemania	2	2.130.682,55	Alemania	2	2.143.876,98
Argentina	3	2.073.967,18	Países Bajos	3	1.935.405,38	Países Bajos	3	1.912.353,11
Países Bajos	4	1.969.241,98	Reino Unido	4	1.320.242,22	Portugal	4	1.456.697,84
Reino Unido	5	1.462.192,74	Portugal	5	1.313.984,14	Reino Unido	5	1.393.176,88
Portugal	6	1.458.188,42	Brasil	6	1.253.616,94	Brasil	6	1.313.716,41
Brasil	7	1.426.472,50	Argentina	7	1.048.786,91	Argentina	7	1.085.022,62
Estados Unidos	8	1.217.476,24	Italia	8	1.046.173,96	Estados Unidos	8	999.808,84
			Estados Unidos	9	693.990,56	Italia	9	981.006,87
Italia	9	1.069.404,15	Irlanda	10	640.324,83	Bélgica	10	627.614,82
Irlanda	10	703.731,63	Bélgica	11	636.584,30	Irlanda	11	601.399,53
Marruecos	11	690.421,22	Marruecos	12	590.036,90	China	12	574.775,10
Bélgica	12	688.226,34	Dinamarca	13	461.840,78	Marruecos	13	483.364,77
China	13	481.705,59	China	14	442.231,27	Dinamarca	14	476.000,34
Dinamarca	14	457.831,47	Ucrania	15	384.090,19	Perú	15	307.233,25
Ucrania	15	436.437,33	Chile	16	309.067,06	Chile	16	263.888,08
Ecuador	16	366.982,25	Ecuador	17	294.025,02	Polonia	17	247.879,73
Chile	17	322.522,69	Polonia	18	265.401,04	Vietnam	18	245.613,16
Perú	18	321.177,26	Indonesia	19	265.169,47	India	19	209.316,64
Vietnam	19	271.182,86	Perú	20	261.277,63	Suiza	20	202.045,38
India	20	207.659,69						
21 PAISES		21.937.782,60			19.039.254,21			19.226.765,27
OTROS		4.972.045,29			4.847.517,92			6.425.306,35
TOTAL	-	26.909.827,89	TOTAL	-	23.886.772,12	TOTAL	-	25.652.071,62

En relación con el origen de las importaciones agroalimentarias españolas en el año 2010, también es muy importante el peso de los países de la Unión Europea con 7 países entre los 10 primeros países de origen de las importaciones y 10 entre los 20 primeros. El peso total de las principales importaciones agroalimentarias españolas procedente de países terceros (fuera de la U. E.) alcanzó el 24,1 % respecto a 2009 (24,7% en 2009 respecto a 2008). Casi todos los países proveedores mantuvieron su cifra de exportación a España sin muchos cambios por encima o por debajo. Francia y Alemania no solo son los principales destinos de las exportaciones españolas de los 24 primeros capítulos sino que también son los dos principales países de origen de las importaciones agroalimentarias españolas. Italia aumentó mucho sus ventas agroalimentarias a España.

Las importaciones españolas de productos agroalimentarios procedentes de Perú ascendieron en el año 2010 a 307,23 millones de euros, frente a 261,28 millones de euros en 2009, lo que representa un incremento en valor del 17,6%

Es importante destacar que Perú ocupa el puesto 15 entre los países de origen de todas las importaciones agroalimentarias españolas (puesto 20 en el año 2009).

A continuación se analizan las estadísticas de importación española procedente de Perú de los productos seleccionados para este proyecto por PromPerú.

Hay que tener en cuenta que algunas de las subpartidas arancelarias indicadas por PromPerú, se contabilizan en el arancel europeo junto a otros productos. Pero aunque la subpartida arancelaria en general se refiera a varios productos, la importación de productos provenientes de Perú se refiere casi exclusivamente a los productos seleccionados, ya que en general España no importa de Perú esos otros productos.

IMPORTACIÓN PERÚ			
	Año 2008	Año 2009	Año 2010
TARIC	Euros - miles	Euros - miles	Euros - miles
20056000 -- ESPARRAGOS, PREPARADOS O CONSERVADOS (EXCEPTO EN VINAGRE O ACIDO ACETICO), SIN CONGELAR.	48.541,63	35.920,45	27.442,54
20019070 -- (DESDE 01.01.93) PIMIENTOS DULCES, PREPARADOS O CONSERVADOS EN VINAGRE O EN ACIDO ACETICO.	1.739,24	617,18	1.098,14
09042010 -- PIMIENTOS DE LOS GENEROS CAPSICUM O PIMENTA, SECOS	4.806,10	5.243,69	4.729,38

La importación española de conservas de espárragos de procedente de Perú en 2010 tuvo un fuerte descenso del 23,6% respecto a 2009 (-43,5 respecto a 2008, que fue el mejor año para las exportaciones peruanas de este producto).

La importación española de conservas de pimiento procedente de Perú en 2010 alcanzó un gran aumento del 78% respecto al año 2009, que fue un año nefasto para las exportaciones peruanas de pimiento dulce a España. Si comparamos esta cifra del año 2010 con las exportaciones de 2008, se nota todavía un descenso del 36,9%, aunque parece que se está cambiando la tendencia.

La importación española de pimentón procedente de Perú en 2010 por parte de España descendió el 9,4% respecto a 2009, incluso por debajo de las cifras del año 2008.

Estas cifras muestran que hasta que no se recupere la confianza en los consumidores debido a la crisis, no se recuperaran del todo las ventas de estos productos a España. Quizás en el caso actual, las conservas de espárrago y pimiento se consideran como más prescindibles por el consumidor.

Analizando las importaciones de cada uno de estos productos por países de origen da las importaciones españolas se pueden conocer los países competidores de Perú y su posición relativa en el mercado español:

IMPORTACIÓN POR PAISES -20056000 - ESPARRAGOS EN CONSERVA								
2008			2009			2010		
Países		Euros - miles	Países		Euros - miles	Países		Euros - miles
China	1	65.111,02	China	1	39.114,69	China	1	45.617,78
Perú	2	48.541,63	Perú	2	35.920,45	Perú	2	27.442,54
Alemania	3	4.197,13	Alemania	3	2.495,54	Alemania	3	2.850,47
Francia	4	2.273,47	Francia	4	1.095,93	Francia	4	1.246,79
Países Bajos	5	425,55	Países Bajos	5	306,82	Países Bajos	5	578,37
Tailandia	6	83,47	Sudáfrica	6	51,36	Ecuador	6	29,67
Sudáfrica	7	42,34	Italia	7	20,57	Italia	7	0,24
Taiwán	8	3,63	Portugal	8	8,14	Argelia	8	
Portugal	9	1,14	Argelia	9		Egipto	9	
Italia	10	0,39	Egipto	10		Libia	10	
SubTotal	0	120.679,76	SubTotal	0	79.013,50	SubTotal	0	77.765,85
Total		120.679,83	Total		79.013,50	Total		77.765,85

Perú es el segundo proveedor del mercado de importación de espárragos en conserva desde España, después de China, y seguido muy de lejos por Alemania. Mientras en el año 2010 las importaciones de Perú descendieron un 9,4%, las de China crecieron un 16,6%. China y Perú copan el 93,9% de la importación española de conservas de espárragos. La cuota de mercado de Perú ha descendido del 45,5% en 2009 al 35,3 en 2010. China ha pasado del 49,5% en 2009 al 58,7% en 2010.

IMPORTACIÓN POR PAISES -20019070 - PIMIENTOS EN CONSERVA DEL GENERO CAPSICUM								
2008			2009			2010		
Países		Euros - miles	Países		Euros - miles	Países		Euros - miles
Turquía	1	2.044,88	Turquía	1	2.812,84	Turquía	1	3.943,71
Alemania	2	1.809,44	Alemania	2	858,00	Perú	2	1.098,14
Perú	3	1.739,24	Perú	3	617,18	Italia	3	48,56
Sudáfrica	4	73,44	Bélgica	4	48,75	Países Bajos	4	37,30
Austria	5	52,18	México	5	43,62	China	5	13,39
Bulgaria	6	38,86	Italia	6	13,35	Grecia	6	11,97
Italia	7	12,87	Países Bajos	7	11,34	Francia	7	6,98
Rumanía	8	9,10	Francia	8	4,61	Bulgaria	8	3,91
Reino Unido	9	6,52	Bulgaria	9	3,55	México	9	1,31
Francia	10	5,12	Grecia	10	2,39	Bélgica	10	1,23
SubTotal	0	5.791,65	SubTotal	0	4.415,63	SubTotal	0	5.166,50
Total		5.799,17	Total		4.416,77	Total		5.167,35

Perú es el segundo proveedor del mercado de importación de conservas de pimiento dulce desde España, después de Turquía y a mucha distancia de los siguientes proveedores. Turquía y Perú alcanzan el 97,6% del mercado de importación de España. La cuota de mercado de Perú pasó del 19,4% en 2009 al 21,3% en 2010.

IMPORTACION POR PAISES -09042010 - PIMIENTOS DE LOS GENEROS CAPSICUM O PIMENTON								
2008			2009			2010		
Países		Euros - miles	Países		Euros - miles	Países		Euros - miles
Perú	1	4.806,10	Perú	1	5.243,69	Perú	1	4.729,38
Malawi	2	321,01	Malawi	2	327,65	China	2	482,67
Tanzania	3	162,58	China	3	113,50	Malawi	3	266,98
China	4	103,47	Tanzania	4	89,15	Alemania	4	149,47
Alemania	5	49,47	Países Bajos	5	31,53	Zimbabwe	5	64,63
Países Bajos	6	43,53	Alemania	6	25,82	Tanzania	6	63,30
Bélgica	7	40,57	Bolivia	7	16,52	Etiopía	7	37,24
Marruecos	8	20,57	Francia	8	15,88	Francia	8	24,12
India	9	10,54	Bélgica	9	2,63	Países Bajos	9	14,81
Francia	10	9,74	Argelia	10		Bolivia	10	8,86
SubTotal	0	5.567,57	SubTotal	0	5.866,37	SubTotal	0	5.841,47
Total		5.567,75	Total		5.866,37	Total		5.848,21

Las importaciones totales de pimentón por parte de España en el año 2010 tuvieron un ligero descenso casi imperceptible (-0,3%), y crecieron un poco respecto a las importaciones de hace dos años. En los últimos tres años las importaciones de pimentón se han mantenido relativamente estables sin variaciones, y sin que parezca afectarles la crisis económica que está sufriendo el consumo de productos alimentarios en España.

Perú es el primer proveedor del mercado de importación de pimentón desde España. Sin embargo las exportaciones peruanas a este país han descendido un 9,8% respecto al año 2009, y han retrocedido también respecto al año 2008.

A mucha distancia le siguen los siguientes países proveedores de pimentón a España, que son China Malawi y Alemania, todos con grandes aumentos, excepto Malawi, pero con valores mucho más modestos.

La cuota de mercado de Perú en e el mercado español de pimentón importado en 2010 es del 80,9% siendo el proveedor más importante con diferencia, aunque ha descendido respecto al año 2009, en el que tenía una cuota del 89,4%.

China alcanzó una cuota de mercado del pimentón importado en España en 2010 del 8,3% con un gran crecimiento respecto al año 2009. La cuota de mercado de Malawi en 2010 fue del 4,6%, descendiendo sobre la de 2009 (5,6%). La cuota de Alemania en 2010 (2,6%) aumentó fuertemente respecto a la de 2009 (0,4%).

España

- La importación española de conservas de espárragos y pimientos de piquillo procedentes de Perú se suele hacer a través de grandes empresas productoras españolas que tienen sus marcas distribuidas desde hace mucho tiempo en el mercado doméstico.
Los productores e importadores españoles, que tienen un buen conocimiento de la oferta y de los exportadores peruanos, compran normalmente los productos ya envasados en Perú, etiquetados con las marcas españolas, o solamente envasadas y se etiquetan en España.
Si aparece en la etiqueta o en el envase el país de procedencia es en unos formatos muy pequeños y casi ilegibles, mientras que aparece en grande la razón social de la empresa española fabricante e importadora.
Es casi imperceptible la importación y distribución de conservas de espárragos y pimiento de piquillo con marca peruana, que se limite a algún pequeño distribuidor que vende en pocos pequeños establecimientos de productos latinos.
El principal competidor de Perú en España es China.
Algunos de estos productos importados desde España son en muchos casos reexportados a terceros países, con la marca española
- La importación española de pimentón procedente de Perú se suele hacer a través de grandes empresas productoras o comercializadoras españolas que tienen sus marcas distribuidas desde hace mucho tiempo en el mercado doméstico. Normalmente la importación se hace a granel y se mezcla en España. Parte del pimentón importado se envasa mezclado con otros pimentones procedentes de España, y una parte se destina para su venta a granel o al peso para usos industriales o para su utilización en la producción de embutidos y en las matanzas
- La demanda de conservas vegetales ha registrado un descenso del 1,1% en el año 2010 pese a la crisis económica, lo que pone de manifiesto que estas siguen siendo indispensables en la cesta de la compra, según Alimarket. La bajada de ventas, la falta de liquidez y el recorte de los créditos han afectado de diferente manera a los operadores. Muchas empresas históricas del sector han tenido que presentar concurso de acreedores (antigua suspensión de pagos): Mediterra (Cofrusa, Halcon Foods y Conservas Fernández), Napal, Alguazasy Mensajero, entre las más importantes
- Según la consultora Symphony Iri, las ventas cayeron un 1,15% en volumen y su precio medio se elevó un 2,3%, alcanzando 2,5€ por kilo. El mayor descenso lo han sufrido las conservas de alcachofas (-5,7%), seguido de las conservas de pimiento (-4,8%). Las ventas de conservas de espárragos subieron un 2,3%, según la misma consultora, aunque su precio volvió a caer estrepitosamente en un -8,8%, reduciéndose hasta 4,65€ el kilo
- Las marcas de distribución (MDD) en la comercialización de las conservas vegetales siguen ganando cuota de mercado tanto en volumen (+3,1%) como en valor (+3,6%), según datos de Alimarket.
Por categorías, la penetración de la marca de distribución en el año 2010 en las conservas de espárragos fue del 79,2% (74,3% en 2009), y en las conservas de pimientos, del 51,7% (48,3% en 2009)
- Según los mismos datos, en 2010 las conservas de espárragos representaron el 12,7% del reparto del mercado de conservas vegetales en volumen (12,2% en 2009) y el 24,1% en valor

(25,1% en 2009).
Las conservas de pimiento representaron en el mismo periodo el, 6,2% del mercado de conservas vegetales en volumen (6,5% en 2009) y el 10,5% en valor (10,9% en 2009)

- Ante la gravedad y persistencia de la crisis en el sector tradicional de conservas vegetales, las empresas más fuertes están apostando para el futuro en incrementar la presencia en productos refrigerados (pimiento del piquillo asado, espárragos frescos) o en la fabricación de platos preparados y cocinados ambiente, a base de hortalizas y verduras. Esto lo están realizando a través de ampliación de las instalaciones existente para incluir cocinas industriales, laminadores, parrillador, llenador, cerrador y autoclave, entre otros, o a través de la compra de otras plantas ya en funcionamiento
- Según un estudio de la consultora Kantar Worldpanel, cada hogar español redujo un 4% su gasto en productos de gran consumo (alimentación, non food, petfood y baby), pasando de 4.489€ de media en 2009 a 4.282€ en 2010. El mercado de gran consumo disminuyó un 1,1% en volumen y un 2,8% en valor, mostrando la falta de confianza de los consumidores. El consumo en hostelería sigue descendiendo y aumentando el consumo en el hogar. La importancia del factor precio se ha situado como la razón principal en la decisión de compra
- Las exportaciones peruanas de pimiento piquillo en conservas se incrementaron en 44% en el primer bimestre del año, según estadísticas de Aduanas de ese país. Mientras que en enero y febrero de este año las exportaciones alcanzaron los US\$ 8,7 millones, en el mismo periodo de 2010 registraron US\$ 6 millones. Este crecimiento fue impulsado por el mayor consumo de España que se mantiene como el principal destino de las exportaciones de pimiento piquillo en conservas con una participación de US\$ 7,1 millones (82% del volumen total), según estadísticas de Aduanas. Estados Unidos es el segundo mercado más importante al que se exporta el producto. Su participación actual es de US\$ 841 mil (10%).
- Según el panel de consumo del Ministerio de Medio Ambiente, Medio Rural y Medio Marino (MARM), el consumo en hogares durante 2010 de conservas de espárragos fue de 31,1 toneladas, por un valor de 135,9 M€, con un valor medio de 4,4 €/kg. El consumo per cápita fue de 0,67 kgs.
El consumo en hogares durante 2010 de conservas de pimientos fue de 14,3 toneladas, por un valor de 56,4 M€, con un valor medio de 3,9 €/kg. El consumo per cápita fue de 0,31 kgs.

Unión Europea

- La Comisión Europea aprobó en Septiembre un proyecto de reglamento que somete a control las operaciones con derivados financieros, incluidas las que afectan a materias primas alimentarias, cuyo precio se disparó en los meses anteriores. El objetivo es evitar que se especule con el precio de los alimentos. Debe ser revisado por el Parlamento Europeo y el Consejo de Ministros de la UE antes de entrar en vigor
- El número de empresas peruanas que exportan a Europa registró un crecimiento de 10% hasta Diciembre de 2010, según un informe originario de la Cámara de Comercio de Lima publicado en España. En los últimos 10 años un promedio de 1.713 empresas peruanas han exportado a la U.E.
- Los negociadores de la Unión Europea (UE), Perú y Colombia han rubricado los textos finales del nuevo acuerdo comercial, que incrementará los intercambios. El arreglo inaugurará un “nuevo marco de relaciones bilaterales de comercio e inversión entre la UE y estos países andinos”, según aseguró la Comisión Europea (CE), en un comunicado. La rúbrica se produjo tras una revisión jurídica de los textos de ese pacto, que ya fue ratificado por las respectivas partes en 2010. Tras este paso se iniciará un proceso de traducción, firma y aprobación definitiva del convenio, para entrar en vigor lo antes posible. Bruselas considera que el acuerdo ofrece nuevas perspectivas de acceso a los mercados para los operadores económicos europeos, peruanos y colombianos. Según la fuente, el pacto “tiene en cuenta” los diferentes niveles de desarrollo entre los países implicados, prevé un capítulo de cooperación encaminado a promover la competitividad y la innovación, así como a facilitar la transferencia de tecnología.

3 INFORMACIÓN DE LA OFERTA

España

- Según la Federación de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB), la facturación de la industria alimentaria en 2010 (85.075 millones de euros) se mantuvo respecto a 2009, a pesar de las condiciones económicas que está sufriendo el país. Ha sido fundamental el crecimiento de las exportaciones
- La Comunidad de Murcia está intentando animar a los productores de pimiento para pimentón y a las empresas elaboradoras y envasadoras a integrarse en la Denominación de Origen Protegida (D.O.P.) “Pimentón de Murcia”. En la región de Murcia se obtienen 2 millones de kilos de cáscara en un total de 650 hectáreas. En la D.O.P. solo están amparadas 250 hectáreas con una producción de 410.000 kilos destinados al mercado nacional, y únicamente 12 de las 120 empresas elaboradoras y envasadoras de pimentón existentes en la región están incluidas

Empresas

- La sociedad de nueva constitución ESPECIAS DEL SOL S. L. de Plasencia (Cáceres), dedicada a la importación y envasado de especias y condimentos inició su actividad el pasado mes de Septiembre, con una gama extensa de productos en envases novedosos dirigida al segmento gourmet y de alta gama.
- El GRUPO CIDACOS realiza pruebas de mercado con varias referencias de su catálogo en 'Tetra Recart', envase de cartón complejo que soporta el proceso de autoclave y que hasta el momento no había sido utilizado por la conservera riojana. Se trata de un primer test, que llevará al menos un año hasta que se tome la decisión de apostar o no por este sistema de envasado
- La empresa RIBEREBRO, especialista en conservas, ha presupuestado 1,8 M€ destinado principalmente a mejoras de procesos en sus plantas de Autol (líneas de envasado) y en la plataforma logística de Alfaro (maquinaria de retractilado). En 2010, Riberebro facturó 107 M€, un 2,9% más que el año anterior, por la comercialización de 77.250 t. Esta cifra, podría elevarse en 45 M€ al término del presente 2011, a raíz del contrato suscrito con la peruana CAMPOSOL

4 COMERCIALIZACIÓN

- A mediados de Septiembre el Ministerio de Medio Ambiente y de Medio Rural y Marino (MARM) informó a las Organizaciones Profesionales Agrarias sobre el Anteproyecto de Ley de Calidad Alimentaria presentado en el Consejo de Ministros. Los objetivos de esta ley son mejorar la vertebración y el funcionamiento de la cadena alimentaria, favorecer la competitividad de las empresas y el establecimiento del marco jurídico del sector agroalimentario español incluyendo la inspección y el régimen sancionador de las figuras de calidad diferenciada y el control de los alimentos y de los procesos a los que han sido sometidos
- La cadena valenciana Mercadona ha vuelto a implantar novedosas medidas para reducir sus costes, introduciendo mejoras en todos los ámbitos, a través de la innovación de producto, de procesos, tecnológica y de concepto como elementos diferenciadores. Se han realizado avances en paletizados, optimización de la capacidad y del nivel de ocupación de sus camiones o el acercamiento de las fábricas de los proveedores a los bloques logísticos, además de mejorar los envases o la vida útil de sus productos, y en neutralizar el aumento del IVA (del 16% al 18%) a sus clientes. De las 8.000 referencias que componen sus lineales, cerca de 600 fueron renovadas en 2010, tanto de marcas propias como de fabricante.
- La alimentación subirá sus precios entre un 1% y un 2% este año. Nielsen, asegura que ya no queda margen para que hipermercados y supermercados bajen más los precios y que en este ejercicio la cesta de la compra notará la subida de las materias primas y la del IVA del pasado

julio. Precisamente la caída de precios de un 1% en los productos de gran consumo fue lo que ha impulsado las ventas del sector.

El pasado los españoles gastaron en la compra de alimentación, bebidas, droguería y perfumería un total de 69.200 millones de euros, lo que supone un incremento del 0,4% respecto a 2009 la hostelería redujo su facturación un 4,4%

- El negocio de las franquicias está creciendo en importancia dentro del sector de la distribución de base alimentaria. Este modelo de expansión está entre los objetivos de los principales grupos dentro del actual contexto económico, y de las posibilidades de negocio que ofrece este sistema comercial. Un franquiciado es dueño de su propio negocio, lo cual motiva al empresario, al tiempo que posee el respaldo de la marca a la que pertenece beneficiándose de las economías de escala y logística del grupo franquiciador. Según Alimarket el 8,6% de la superficie de base alimentaria se explota en régimen de franquicia (cerca del 21%). Un gran porcentaje de las tiendas franquiciadas poseen dimensiones por debajo de los 400 m², aunque también están representadas en todos los formatos de superficie, incluidos los hipermercados.
- La Organización de Consumidores y Usuarios (OCU) acaba de comunicar la realización de un estudio en el que, tras analizar los precios de 400 referencias en varios establecimientos de distribución minorista, manifiesta sus sospechas de que en al menos 34 productos de gran consumo los fabricantes están fijando el precio al que los distribuidores los revenden al consumidor.
Nos encontramos ante una de las prácticas -la fijación del precio de reventa o FPR- que más conflicto suele generar en la relación entre fabricantes y distribuidores, pues al derecho de estos últimos a determinar libremente sus precios se contraponen el interés de los primeros en controlar en lo posible una de las variables más importantes para posicionar sus productos en el mercado y conseguir así el objetivo de maximizar sus ingresos.
- El balance de la situación del sector de centros comerciales en 2010 no ha sido finalmente tan malo como el que se auguraba a raíz de la crisis y la desaceleración del consumo. Se abrieron 13 centros comerciales, entre ellos primeras fases, y se terminaron de construir otros cinco espacios, incluidas las ampliaciones de algunas grandes superficies. Así, y a pesar de que el número de inauguraciones sufrió el mayor descenso de los últimos años, como era de prever por las dificultades para acceder a la necesitada financiación para el desarrollo de nuevos proyectos, la nueva superficie bruta alquilable que se incorporó fue de aproximadamente 500.000 m², teniendo en cuenta la culminación de algunas segundas fases. El modelo preferido y que vuelve a marcar tendencia en este tipo de emplazamientos fue el supermercado.
Por el momento, las inversiones siguen procediendo del exterior, teniendo en cuenta que la bajada del precio de los alquileres de los locales comerciales ha despertado el interés de operadores y firmas extranjeras que ya empiezan a copar gran parte de los nuevos espacios abiertos. El interés, por tanto, sigue activo.
- En 2010 los españoles canjearon por su valor en supermercados, hipermercados y otros establecimientos comerciales un 18,4% más de cupones de descuento que en 2009, según la empresa gestora de vales descuento Valassis. Este incremento del uso de los vales descuento en España ha sido brutal desde que empezara la crisis económica, con la necesidad de

'abrocharse el cinturón'. En 2010, el número de campañas se incrementó un 8,5%, lo que refleja el interés de las marcas de fabricante de productos de gran consumo en una herramienta de marketing promocional que aporta mayor valor a su negocio.

5 ACTIVIDADES ANTENA

5.1 OPORTUNIDADES COMERCIALES

No se han detectado oportunidades referidas a empresas españolas en concreto.

5.2 CONSULTAS

En general no ha habido consultas específicas sobre las conservas de espárragos y pimiento de piquillo ni de pimentón, peruanos o sobre sus exportadores. Únicamente con motivo de los encuentros con empresas y visitas a los principales puntos de venta de Madrid, muchas de las empresas contactadas nos pidieron la lista de empresas visitantes y de los productos representados.

Por parte de empresarios peruanos se han recibido algunas consultas por parte de dos empresas que asistieron a la misión de Enero.

También se ha ofrecido información puntual y se han facilitado algunos contactos a la Oficina Comercial de Perú en España.

5.3 ENTREVISTAS

5.4 ACCIONES DE ACOMPAÑAMIENTO

- No ha habido acciones de acompañamiento específicas a empresas peruanas durante este periodo, excepto en la misión de empresas peruanas de Enero de 2011.
En este viaje, el día 24 de Enero se organizó un día de visitas a los principales centros de distribución minorista (Carrefour, Mercadona, Alcampo, Supermercados El Corte Inglés), distribución mayorista (Cash&Carry Makro), tiendas especializadas (el Club del Gourmet del Corte Inglés, congelados La Sirena).
El día 25 de Enero después del Foro de Perú se realizó un encuentro empresarial con exportadores peruanos, con escasa asistencia de empresas españolas. Se realizó una visita con una empresa peruana al salón profesional gastronómico MadridFusión.
El día 26 de Enero se visitaron las instalaciones y asentadores del mercado central de frutas, hortalizas y pescado de Madrid, Mercamadrid y se acompaña a las empresas peruanas al salón profesional gastronómico MadridFusión

En este viaje, el día 24 de Enero se organizó un día de visitas a los principales centros de distribución minorista (Carrefour, Mercadona, Alcampo, Supermercados El Corte Inglés), distribución mayorista (Cash&Carry Makro), tiendas especializadas (el Club del Gourmet del Corte Inglés, congelados La Sirena).

6 OTRA INFORMACIÓN

PRINCIPALES FERIAS Y EVENTOS PARA EL SECTOR DE PRODUCTOS AGROALIMENTARIOS TRANSFORMADOSCelebradas en 2011En España

- Feria SALON del Gourmet en Madrid 11 al 15 de Mayo

En Europa

- SIRHA (Salon de la Restauración, Hostelería, catering y Alimentación. Lyon, 22 al 26 de Enero
- IFE (International Food Exhibition), Londres, 13 al 16 de Marzo
- MDD (Marcas de distribución), Paris, 29 y 30 de Marzo

Quedan por celebrar en 2011:En Europa

- Feria Internacional ANUGA, la mayor feria mundial de alimentación y bebidas se celebrará en la Köln Messe de Colonia del 8 al 12 de Octubre de 2011
- TUTTO FOOD, Milán, 8-11 Mayo
- PLMA (Private Label Manufacturers Association), Amsterdam, 24 y 25 de Mayo
- Feria Internacional ANUGA, la mayor feria mundial de alimentación y bebidas se celebrará en la Köln Messe de Colonia del 8 al 12 de Octubre de 2011

Ferias a celebrar en 2012:En España

- Feria SALÓN DEL CLUB DE GOURMETS en Madrid del 5 al 8 de Marzo 2012
- Feria ALIMENTARIA en Barcelona del 26 al 29 de Marzo de 2012

En Europa

- Feria SIAL, Paris, del 22 al 25 de Octubre de 2012