



AL CONSULTANTS



ACE

INTERNATIONAL CONSULTANTS

INFORME N° 3 DE SEGUIMIENTO DEL MERCADO ESPAÑOL: Sector Agroalimentario (Jugo de Maracuyá, Maíz Congelado, Manteca de Cacao)

ABRIL 2011



ACE

INTERNATIONAL CONSULTANTS

Los contenidos de este informe reflejan la opinión de los consultores. Los consultores certifican que lo expresado es en base al mejor de sus conocimientos y creencias y es cierto y verdadero. Los análisis extraídos, opiniones y conclusiones están limitadas a los supuestos y condiciones establecidos y son imparciales y basadas en un análisis profesional e independiente. Los consultores no son responsables de la veracidad de los hechos aquí reflejados.



Sagunto 17. Madrid 28010. SPAIN
T: (+34) 91 435 15 67 F: (+34) 91 435 01 84
www.aceconsultants.eu
aceconsultants@aceconsultants.eu

ÍNDICE DE CONTENIDOS

	página
1. INTRODUCCION	3
2. INFORMACIÓN DE LA DEMANDA	5
2.1 Información general estadística del mercado	5
2.2 Seguimiento de la demanda	14
3. INFORMACIÓN DE LA OFERTA	16
4. COMERCIALIZACIÓN	19
5. ACTIVIDADES ANTENA	21
5.1 Oportunidades comerciales	21
5.2 Consultas	22
5.3 Entrevistas	23
5.4 Acciones de acompañamiento	27
6. OTRA INFORMACIÓN	28

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
- 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 tercer informe sobre los productos elegidos por PromPerú se incluyen:

- Estadísticas finales del año 2010. En el estudio se mostraban las estadísticas del año 2009 y, en algunos casos, algunos meses de 2010
- Noticias sobre estos productos y el sector de productos agroalimentarios 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

Las estadísticas completas de comercio exterior agroalimentarias de España muestran que en el año 2010 se han producido cambios mayores que el año pasado, con incrementos positivos en las dos direcciones.

Si nos fijamos en las exportaciones españolas de productos alimentarios en 2010, centradas en los 24 primeros capítulos del arancel de aduanas (Taric), se han incrementado en un 9,4% respecto a 2009. De los 24 capítulos, 22 han visto aumentadas sus exportaciones al exterior respecto al año anterior.

Las exportaciones de productos agroalimentarios 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.

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 OLEAG.; 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 I al 8 del arancel), supone el 52,9% de la exportación total agroalimentaria española, aunque su peso relativo ha disminuido en los últimos cinco años.

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 (sobre todo el 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

En relación con el destino de las principales 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 millones de euros, que se incrementaron en un 37,8% respecto a 2009, eso si desde unas cantidades bajas.

Perú en el año 2010 ha pasado a ser el cliente número 77 de las exportaciones españolas, ocupando el puesto 84 en 2009.

Las importaciones españolas de productos agroalimentarios procedentes de otros países en el año 2010 también han tenido un crecimiento del 7,5% respecto a 2009.

Las importaciones españolas de productos agroalimentarios en 2010 suponen 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 destino de las exportaciones agroalimentarias españolas es el siguiente:

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
Italia	9	1.069.404,15	Estados Unidos	9	693.990,56	Italia	9	981.006,87
Irlanda	10	703.731,63	Irlanda	10	640.324,83	Bélgica	10	627.614,82
Marruecos	11	690.421,22	Bélgica	11	636.584,30	Irlanda	11	601.399,53
Bélgica	12	688.226,34	Marruecos	12	590.036,90	China	12	574.775,10
China	13	481.705,59	Dinamarca	13	461.840,78	Marruecos	13	483.364,77
Dinamarca	14	457.831,47	China	14	442.231,27	Dinamarca	14	476.000,34
Ucrania	15	436.437,33	Ucrania	15	384.090,19	Perú	15	307.233,25
Ecuador	16	366.982,25	Chile	16	309.067,06	Chile	16	263.888,08
Chile	17	322.522,69	Ecuador	17	294.025,02	Polonia	17	247.879,73
Perú	18	321.177,26	Polonia	18	265.401,04	Vietnam	18	245.613,16
Vietnam	19	271.182,86	Indonesia	19	265.169,47	India	19	209.316,64
India	20	207.659,69	Perú	20	261.277,63	Suiza	20	202.045,38
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).

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).

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.

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			
	2008	2009	2010
TARIC	Euros - miles	Euros - miles	Euros - miles
18040000 -- MANTECA, GRASA Y ACEITE DE CACAO.	116,26	1.453,81	304,42
07104000 -- MAIZ DULCE, INCLUSO COCIDO CON AGUA O VAPOR, CONGELADO.	182,86	400,69	480,89
20098073 -- (DESDE 01.01.95) JUGO DE FRUTOS TROPICALES, CON AZUCAR AÑADIDO	3,61	80,00	135,05

La importación española de manteca, grasa y aceite de cacao procedente de Perú en 2010 disminuyó drásticamente en valor en el año 2010, con un descenso del 79,1% respecto a 2009, aunque superando las cifras de hace dos años antes del comienzo de la crisis económica en España. Sin embargo las cifras siguen siendo muy bajas.

La importación española de maíz dulce, incluso cocido con agua o vapor, congelado procedente de Perú en el año 2010 alcanzó un aumento del 20% % respecto al año anterior, superando también las cifras del 2008, y también con cantidades muy pequeñas

La importación de jugos de frutas tropicales, con azúcar añadido, en el año 2010 por parte de España procedentes de Perú creció el 68,8% respecto a 2009, aunque las cifras son insignificantes.

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

IMPORTACION POR PAISES -18040000 - MANTECA, GRASA Y ACEITE DE CACAO.								
2008			2009			2010		
Países		Euros - miles	Países		Euros - miles	Países		Euros - miles
Ghana	1	4.178,52	Países Bajos	1	4.857,78	Países Bajos	1	5.757,27
Países Bajos	2	1.605,10	Perú	2	1.453,81	Ghana	2	1.537,05
Ecuador	3	1.419,47	Ecuador	3	429,64	Ecuador	3	684,63
Nigeria	4	1.220,02	Cuba	4	424,63	Costa de Marfil	4	556,03
Argelia	5	1.054,50	Nigeria	5	184,18	Alemania	5	515,14
Colombia	6	678,10	Bélgica	6	113,38	Nigeria	6	421,40
Costa de Marfil	7	611,44	Italia	7	96,84	Perú	7	304,42
Reino Unido	8	590,60	Alemania	8	91,20	Japón	8	275,98
Indonesia	9	577,42	Indonesia	9	81,36	Indonesia	9	130,51
México	10	490,02	Costa de Marfil	10	79,22	Francia	10	117,42
SubTotal	0	12.425,19	SubTotal	0	7.812,04	SubTotal	0	10.299,85
Total		13.968,87	Total		7.912,48	Total		10.675,13

La importación española de este producto en el año 2010 creció un 34,9% respecto al año anterior. Perú bajo al puesto número 7 de los proveedores del mercado de importación de manteca, grasa y aceite de cacao desde España, desde el puesto número 2 que tuvo en 2009.

El primer proveedor del mercado español es Países Bajos (+18,5%), seguido de Ghana (+5,7%) , Ecuador (+59,3%), Costa de Marfil (+30,9%) y Alemania (+179,7%).

La cuota de mercado de Perú en manteca de cacao en 2010 se redujo fuertemente al 2,9% cuando en el año 2009 era del 18,4%. En el año 2010 Países Bajos alcanzó una cuota de mercado del 53,9% (61,4% en 2009), Ghana el 14,4%, Ecuador el 6,4% (5,4% en 2009), Costa de Marfil el 5,2% (1% en 2009) y Alemania el 4,8% (1,2% en 2009).

IMPORTACION POR PAISES -071040 - MAIZ DULCE, INCLUSO COCIDO CON AGUA								
2008			2009			2010		
Países		Euros - miles	Países		Euros - miles	Países		Euros - miles
Portugal	1	926,64	Francia	1	671,57	Francia	1	4.627,43
Francia	2	759,50	Hungría	2	546,66	Hungría	2	708,34
Bélgica	3	276,91	Perú	3	400,69	Perú	3	480,89
Perú	4	182,86	Bélgica	4	206,06	Bélgica	4	239,42
Vietnam	5	51,91	Países Bajos	5	64,15	Países Bajos	5	79,97
Polonia	6	34,02	Portugal	6	26,87	Portugal	6	58,81
Países Bajos	7	32,80	Vietnam	7	24,84	Vietnam	7	49,54
China	8	32,67	Alemania	8	13,77	Austria	8	40,44
Colombia	9	3,08	Ecuador	9	5,61	Croacia	9	32,44
Hungría	10	1,32	Tailandia	10	5,10	Eslovaquia	10	22,69
SubTotal	0	2.301,73	SubTotal	0	1.965,30	SubTotal	0	6.339,98
Total		2.302,33	Total		1.968,40	Total		6.377,79

Las importaciones españolas de maíz dulce, incluso cocido con agua o congelado tuvieron un enorme crecimiento del 224% en el año 2010 respecto a 2009.

Perú es el tercer proveedor del mercado de importación de maíz dulce desde España, a gran distancia del primer proveedor que es Francia (+589%) y a una distancia más reducida del segundo, que fue Hungría (+29,6%).

La cuota de mercado de maíz dulce de Perú en 2010 es del 7,5% reduciéndose fuertemente respecto a la cuota de 2009 (20,4%). Francia aumentó espectacularmente su cuota de mercado, pasando del 34,1% en 2009 al 72,6% en 2010. La cuota de mercado de Hungría se situó en el año 2010 en 11,1% disminuyendo respecto a la cuota de 2009 (27,8%).

En 2010 destacan los incrementos de las importaciones de maíz dulce procedentes de Países Bajos, Portugal Vietnam y Austria.

IMPORTACIÓN POR PAISES -20098073 - JUGO DE FRUTOS TROPICAL								
2008			2009			2010		
Países		Euros - miles	Países		Euros - miles	Países		Euros - miles
México	1	2.721,93	Reino Unido	1	902,62	Reino Unido	1	1.078,14
Portugal	2	1.643,24	Portugal	2	646,73	Países Bajos	2	684,73
Francia	3	130,20	Países Bajos	3	449,29	Alemania	3	468,18
Países Bajos	4	116,93	México	4	178,16	Ecuador	4	332,84
India	5	114,71	Alemania	5	150,04	Portugal	5	240,28
República Dominicana	6	105,55	Francia	6	109,96	Perú	6	135,05
Reino Unido	7	86,63	Egipto	7	86,45	Egipto	7	92,66
Colombia	8	76,74	Perú	8	80,00	República Dominicana	8	68,33
Alemania	9	44,42	India	9	50,57	India	9	48,30
EG -- Egipto	10	44,31	República Dominicana	10	35,31	Bélgica	10	23,24
SubTotal	0	5.084,66	SubTotal	0	2.689,12	SubTotal	0	3.171,76
Total		5.137,08	Total		2.732,13	Total		3.211,30

Las importaciones españolas de jugos de frutas tropicales aumentaron en el año 2010 un 17,5% respecto a 2009.

Perú es el sexto proveedor del mercado de importación de jugos tropicales desde España (octavo en 2009). Los primeros proveedores son Reino Unido (+19,4%), Países Bajos (+5,9%), Alemania (+4,2%) y Ecuador (+86.8%).

La cuota de mercado de Perú en el mercado español de importación de jugos tropicales en 2010 es del 4,2% creciendo ligeramente respecto a 2009 que tenía una cuota de mercado del 2,9%.

En 2010 otras cuotas de mercado fueron Reino Unido 33,6% (33,0% en 2009), Países Bajos 21,3% (16,4% en 2009), Alemania 14,6% (5,5% en 2009) y Ecuador 10,4%.

2.2 SEGUIMIENTO DE LA DEMANDA

España

- Modificada la Reglamentación Técnico-Sanitaria de zumos de frutas y productos similares. Para incorporar al ordenamiento jurídico español lo establecido en dos Directivas comunitarias, aprobadas como consecuencia de la evolución de las normas internacionales en relación con los zumos y néctares de frutas, el Consejo de Ministros ha aprobado en Abril de 2011 un Real Decreto que modifica parcialmente la actual Reglamentación Técnico-Sanitaria de zumos de frutas y otros productos similares, destinados a la alimentación humana:
 - Se sustituyen los términos “elaborado a base de concentrados” y “elaborado parcialmente a base de concentrados” por los términos “a partir de concentrados” y “parcialmente a partir de concentrados”.
 - Se añade a la Reglamentación Técnico-Sanitaria un apartado relativo a los niveles mínimos de grados Brix, que miden el coeficiente total de sacarosa disuelta en un líquido, para los zumos de frutas elaborados a base de concentrados
- España es líder dentro de la UE en la fabricación y venta de zumos, según Alimarket
- El panel de consumo del Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino español (MARM) publicó los datos de consumo del año 2010:

PANEL DE CONSUMO MARM (Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino)2010				
PRODUCTO	VOLUMEN (Tm.)	VALOR (M€)	PRECIO MEDIO (€/KG)	CONSUMO P.C. (Kg. PER CAPITA)
VERDURAS, FRUTAS CONGELADAS	153,4	286,0	1,86	3,33
MAIZ DULCE	20,3	58,4	2,87	0,44
CHOCOLATE, CACAO, SUCEDANEOS	150,5	924,7	6,14	3,26
CHOCOLATE TABLETAS	40,0	287,5	7,18	0,87
OTROS CHOCOLATES (SNACKS, CREMAS)	102,6	574,0	5,59	2,23
TOTAL ZUMOS Y NÉCTARES	573,7	493,5	0,86	12,50
ZUMO CONCENTRADO	258,7	194,2	0,75	5,60
NÉCTARES	214,2	184,1	0,86	4,70
ZUMOS ENRIQUEDIDOS	169,9	129,3	0,80	3,50

- Crece un 19% las exportaciones de hortalizas y verduras congeladas de Perú, por un valor de 2,6 millones de dólares en los primeros meses de 2011, frente a 2,2 millones de dólares en el mismo periodo de 2010. Destacan las exportaciones de alcachofas corazón, ají amarillo, ají rocoto, choclo desgranado, pimientos y tomates cherry. El principal destino es Estados Unidos (54%), España (20%) e Italia (12%)

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
- Según un artículo de Alimarket, la Comisión Europea propone una etiqueta de los zumos más clara para el consumidor. Un eurodiputado español ha propuesto varias iniciativas, en forma de enmiendas, para facilitar que el consumidor comprenda mejor las categorías de zumos, cuando la UE apruebe la nueva normativa sobre la fabricación de esas bebidas. Es el encargado de redactar el informe que votará el Parlamento Europeo (PE) acerca del proyecto de la Comisión Europea (CE) sobre la regulación de los jugos. El punto central de la propuesta de la CE es la prohibición del añadido de azúcar en los zumos, tanto "naturales" o "concentrados"; solamente se permitirá en los néctares y algunos productos específicos, pero deberán expresar que contienen ese ingrediente en su etiqueta. En el etiquetado, propone que se permita a los zumos expresar en su envase "sin azúcar añadido", de forma voluntaria. Con esta propuesta esa expresión se deja para los néctares, pero esto puede confundir al consumidor, que no distingue muchas veces entre lo que es un zumo y un néctar de frutas. También propuso otras modificaciones con el fin de que las industrias europeas de zumos estén en las mismas condiciones que sus competidores de Brasil o de EEUU. Se considera que el zumo natural y el concentrado están al mismo nivel nutricional, pero en el néctar hay más proporción de agua y edulcorantes; a veces el comprador no lo conoce. Pide apoyar la regulación con campañas de información específicas para el ciudadano. Así mismo, propuso otra enmienda para posibilitar que los fabricantes europeos puedan añadir jugo de mandarina al zumo de naranja, hasta un 10 %, sin necesidad de etiquetar la bebida final como mezcla de zumos, argumentando que se trata de una práctica común entre las industrias brasileñas y estadounidenses, por lo que "negar esa posibilidad a los productos europeos les dejaría en una desventaja injustificada respecto a los competidores mundiales".
- 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.

3 INFORMACIÓN DE LA OFERTA

España

- El sector alimentario ha sufrido duramente las secuelas de la crisis económica tras más de dos años y medio de destrucción de empleo en España. Esto se traduce en una sensación de falta de confianza que se extiende desde el ámbito de los negocios hasta el consumidor final, afectando a la cadena de valor en todas sus propuestas, especialmente a aquellas que generan más riesgo, como son los lanzamientos de novedades de productos al mercado. Este sector se muestra altamente condicionado por las estrategias comerciales de las grandes cadenas de distribución, desde donde se continúa apostando por el precio medio como principal motivación de compra. Sus apuestas han sido es el incremento de las marcas de distribución, las agresivas políticas de promociones y, en algunos casos, a través con la reducción de referencias en el lineal. Esta triple línea de actuación viene supeditando la actividad de la industria en materia de innovación
- La crisis económica ha revalidado la solidez del mercado nacional de chocolates y cacao. Pero los fabricantes se han topado con la presión en márgenes derivada de la fuerte subida del precio del cacao. Ha subido el consumo en los hogares y bajado el consumo fuera del hogar. Ha descendido algo el lanzamiento de nuevos productos, pero aumenta la oferta global. Es un sector muy ligado a la marca, el marketing, la publicidad y a la diferenciación de producto.
- Las principales fusiones y concentración de empresas en el sector de chocolate y derivados del cacao en 2010 han sido la compra del grupo Cadbury por Kraft, la compra en España por parte de Lacasa y Macao de Ibercacao (Hosta Dulcinea), la compra por parte del grupo Damel de Meivel y compra por parte de la empresa suiza Barry Callebaut del fabricante de chocolates industriales Chocovic
- En el sector de vegetales congelados está pasando por un mal momento. El precio de los productos básicos y de las soluciones de mayor valor añadido ha vuelto a caer en el último año, debido, a la abundante cosecha del año anterior y, a la presión ejercida por los grandes fabricantes. Las empresas encuentran cada vez más dificultades para poner en el mercado su producción y la demanda en el canal HORECA se ha resentido fuertemente con la crisis económica. También ha afectado gravemente a algunas empresas la dificultad de obtener créditos por parte de las entidades financieras. Cada vez hay más diferencias entre los grandes y los pequeños fabricantes, han desaparecido en los últimos años pequeñas y medianas empresas
- En el año 2010 el reparto de mercados de verduras congeladas tanto en volumen como en valor fue liderado por guisantes (17%), Judías (17%), Menestra (13%), Espinacas (10%), Ensaladilla (9%). El maíz congelado represento el 0,9 % en volumen y el 0,7% en valor
- Sector zumos

Unión Europea

- Los distribuidores

4 COMERCIALIZACIÓN

- El Ministerio de Medio Ambiente y de Medio Rural y Marino (MARM) ha elaborado el "Anteproyecto de Ley de medidas para mejorar el funcionamiento de la cadena alimentaria" que tiene como objetivo mejorar la vertebración y el funcionamiento de la cadena alimentaria para aumentar la eficacia y competitividad del sector agroalimentario, y conseguir un mayor equilibrio en las relaciones comerciales entre los distintos operadores de la cadena de valor.

Este Anteproyecto de Ley establecerá un Código de Buenas Prácticas Comerciales (artículos 5 a 9), modificará la normativa reguladora de las organizaciones interprofesionales agroalimentarias (artículo 10) y modificará la normativa de los contratos tipo-agroalimentarios (artículo 11), entre los principales aspectos.

Con relación al Código de Buenas Prácticas Comerciales, se desarrollará en base a un listado de buenas prácticas que será definido en un grupo de trabajo reducido.

El Anteproyecto de ley surge de escindir la ley de Calidad Agroalimentaria en dos textos: uno relativo a las medidas para mejorar el funcionamiento de la cadena alimentaria y otro relativo a la calidad diferenciada.

- La estrategia comercial de la gran distribución en el sector de chocolates y derivados del cacao continúa apostando por el precio como principal motivación de compra, lo que viene supeditando la innovación de la industria de alimentación y bebidas. Durante 2010, descendió el lanzamiento de nuevos productos más de un 20% y concentró sus esfuerzos de nuevo en el segmento familiar
- La cadena de distribución francesa CARREFOUR acaba de ampliar su catálogo de zumos exóticos lanzando dos nuevas referencias. Un zumo de uva roja, granada y grosella que aporta polifenoles y otros compuestos antioxidantes. Otro, el zumo de guayaba, mango y goji, con gran aporte de vitaminas. Ambos se presentan en envase de 1 litro y tienen un precio de venta de 1,95 €. Ambos se encuadran dentro de la línea de 'Carrefour Específicos' que ayudan a cuidar la alimentación, de forma preventiva o por necesidades concretas. Esta línea dispone de 150 referencias entre las que se encuentran productos bajos en sal, azúcares o materia grasa, productos fuente de calcio o fibra y otros que ayudan a reducir el colesterol.
- La cadena de tiendas especialistas en congelados LA SIRENA está apostando fuertemente por su presencia en la red, con el objetivo de acercarse a sus clientes e interactuar con ellos. Actualmente, la marca cuenta con más de 18.000 seguidores en su página de Facebook, 102.092 páginas vistas en su blog y una visibilidad creciente en Twitter. La cadena ha creado, a

partir de esta red social, un punto de encuentro que permite a sus seguidores estar informados de las campañas, productos, novedades, recetas, consejos y otras informaciones que les puedan ser de interés. Esto demuestra el esfuerzo por adaptarse a las nuevas tendencias y hábitos de sus clientes, con el objetivo de escucharles, asesorarles y proporcionarles soluciones a medida.

- 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 grupo EL CORTE INGLÉS mantiene activa la política de racionalización de su red comercial. Si bien en el periodo de 2010 consiguió contener el goteo de clausuras, en los primeros meses de 2011 el grupo ha procedido al cierre de algunos de sus establecimientos de base alimentaria. Se trata de supermercados de proximidad bajo la bandera 'Supercor' y tiendas de conveniencia 'Opencor'. Probablemente serán reconvertidos en establecimientos de Oportunidades. La red de Supercor integrad 86 supermercados, y la de 'Opencor' integra 182 puntos de venta (sólo establecimientos ubicados a pie de calle).
- La distribuidora mayorista MAKRO AUTOSERVICIO contempla la MDD como uno de los pilares básicos de su nuevo modelo comercial y, por tanto, de su futuro crecimiento. La empresa acaba de anunciar que, durante el primer trimestre de 2011, ha sumado un total de 209 referencias de sus propias marcas, repartidas entre alimentación (105) y no-alimentación (104). En abril, el grupo ha agregado 58 más a su portafolio. Así las cosas, la participación de este tipo de artículos en las ventas de MAKRO se sitúa en el 20,29% frente al 18,3% que representaban en el mismo periodo del año anterior. Las ventas totales del grupo ascendieron en 2010 a 1.317 M€.

5 ACTIVIDADES ANTENA

5.1 OPORTUNIDADES COMERCIALES

No se han detectado oportunidades referidas a empresas españolas en concreto. Si se conoce que las importaciones españolas de aguacate, mango y uva de mesa han seguido aumentando, a través de los mismos importadores y algunos que antes no lo hacían directamente.

La crisis ha seguido afectando muy duramente al consumo y a la demanda de frutas y hortalizas, a pesar de los descensos de precio que se han producido en la gran distribución organizada.

A lo largo del año se producirán incidencias climatológicas que afecten a algunos productos y algunas zonas productoras en España y en otros países de la Unión Europea, que pueden provocar alteraciones e incrementos en los flujos de productos frescos.

5.2 CONSULTAS

En general no ha habido consultas específicas sobre los productos frescos 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.

Hay que añadir que la exportación peruana de productos frescos se suele hacer a través de grandes importadores y distribuidores, que tienen un muy buen conocimiento de la oferta y de los exportadores peruanos.

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 d Perú se realizo 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
- 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 oraginizó 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 INFORMACIÓNARTICULOS

- Un estudio del CSIC (Consejo Superior de Investigaciones Científicas) demuestra que el aumento de las temperaturas está afectando a la reproducción de muchas especies comerciales y que baje su producción. El calentamiento global que está sufriendo el planeta por culpa del cambio climático está adelantando la floración de numerosas especies. Esa alteración que se produce en la fase de reproducción por el progresivo aumento que están experimentando las temperaturas puede tener graves consecuencias en la producción de los frutos subtropicales, como el aguacate y la chirimoya, y los frutales de zonas templadas, como el cerezo o el melocotonero, a corto plazo

PRINCIPALES FERIAS Y EVENTOS PARA EL SECTOR DE PRODUCTOS AGROALIMENTARIOS FRESCOS

Celebradas en 2010

En España

- Feria SALON del Gourmet en Madrid 12 al 15 de Abril 2010
- Feria FRUIT ATTRACTION. Del 19 al 21 de Octubre 2011

En la Unión Europea

- ISM. Feria Internacional de la Confitería, de la Pastelería y del Dulce. Colonia (Alemania) 1-4 Febrero 2010
- Feria PLMA. Feria de la marca de distribución. 18 y 19 de Mayo 2010
- Feria SIAL (SALON INTERNACIONAL DE LA ALIMENTACIÓN), Paris, del 17 al 21 de Octubre de 2010 (Bienal)

Ya celebradas en 2011

En España

- Feria SALON del Gourmet en Madrid 11 al 14 de Mayo.

En Unión Europea

- ISM. Feria Internacional de la Confitería, de la Pastelería y del Dulce. Colonia (Alemania) Del 30 de Enero al 2 de Febrero 2011

Quedan por celebrar en 2011En España**Feria FRUIT ATTRACTION. Del 19 al 21 de Octubre 2011**En la Unión Europea

- Feria PLMA. Feria de la marca de distribución. 24 y 25 de Mayo 2011
- 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
- HORTI FAIR 2011
Feria Internacional de Vegetales, Legumbres, Hortalizas, Frutas y Cítricos
Amsterdam - Holanda - Predio: RAI International Exhibition & Conference Centre
Del 4 al 11 de Noviembre de 2011 (Anual)

Ferias a celebrar en 2012En 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
- Feria FRUIT ATTRACTION. En Octubre 2012

En la Unión Europea

- SIGEP 2012
Salón internacional de heladería, pastelería y panificados artesanales
Rimini - Italia - Predio: Rimini Fiera
21 al 25 de Enero de 2012 (Anual)
- ISM 2012
Feria Internacional de Golosinas, Confitería e Industria de Helados Conjuntamente con PROSWEETS 2009, proveedores de éstas industrias
Colonia - Alemania - Predio: KölnMesse
29 de Enero al 1 de Febrero de 2012 (Anual)
- Feria FRUITLOGISTICA del 8 al 10 de Febrero de 2012 en Berlin Messe, Alemania
- Feria BIOFACH, feria de la agricultura ecológica, del 15 al 18 de Febrero en Nuremberg, Alemania
- PIANETA BIRRA - BEVERAGE & CO. 2012. Rimini (Italia)
Conjuntamente con SAPORE Tasting Experience Rimini - Exhibición Internacional de Cervezas, Bebidas, Snacks y Equipamiento para Pizzerías y Pubs
Del 25 al 28 de Febrero de 2012 (Anual)
- Feria PLMA. Feria de la marca de distribución. Mayo 2012

- **INTERCOOL 2012 - INTERMEAT - INTERMOPRO**
Feria Internacional de Productos Congelados, Helados y Tecnología del Frío - Feria Internacional de la Carne y Embutidos. - Feria Internacional de Productos lácteos
Dusseldorf - Alemania - Predio: Messe Düsseldorf
Del 23 al 26 de Septiembre de 2012 (Bienal)
- Feria SIAL (SALON INTERNACIONAL DE LA ALIMENTACIÓN), Paris, del 22 al 25 de Octubre de 2012 (Bienal)