

SERVICIOS AL
EXPORTADOR

información

2011

Informes especializados



**Oportunidades
Comerciales para
alimentos peruanos
en Emiratos Árabes
Unidos**



MERCADO DE ALIMENTOS EN EMIRATOS ÁRABES UNIDOS**- Cap 1: SELECCIÓN DE PRODUCTOS**

Mercado de alimentos en emiratos árabes unidos - 2011	4
1. Introducción	4
2. Importaciones de alimentos y bebidas en los emiratos árabes unidos en 2010	5
3. Sub sectores de productos peruanos y potencial en eau	6
4. Principales exportadores y análisis de precios: potencial para los productos peruanos.	20
5. Previsiones de crecimiento para los productos peruanos identificados	33
6. Análisis de producto: mayores exportadores, precios y promoción comercial.	42
7. Cadenas de comercialización y actores más importantes	47
8. Resumen del capítulo dos	50
9. Análisis de la oferta	51
10. Análisis del sector	63
11. Análisis de la demanda	69
12. Información de interés	73
13. Contactos de interés	77
14. Conclusiones	80

Mercado de alimentos en Emiratos Árabes Unidos - 2011

2. Introducción

Siendo el objetivo del presente estudio identificar cuáles de los productos peruanos señalados por Promperú tienen mayor potencial en el mercado de los Emiratos Árabes Unidos (EAU), iniciamos con una descripción de las importaciones totales de alimentos y bebidas en el país, para posteriormente analizar las importaciones del grupo de productos seleccionados y los importadores y distributores más relevantes en el intercambio de los mismos en el mercado local.

En el capítulo 3 la comparación entre las tasas de crecimiento de las importaciones mundiales de los productos seleccionados y las de las importaciones de EAU permite hacer una primera clasificación de la importancia relativa de los Emiratos para los exportadores peruanos.

El capítulo 4 facilita la cuantificación del mercado potencial de cada producto en los Emiratos Árabes mediante un análisis del desarrollo de las importaciones y los precios de los cinco principales países exportadores de cada uno de los productos. Los resultados indican que los productos con mercado potencial relevante¹ son:

- *Mandarina*
- *Frijol seco*
- *Café sin tostar*
- *Manteca de cacao*
- *Otros chocolates y preparaciones con cacao*
- *Limón*
- *Uva*
- *Frijol enlatado*
- *Mango*
- *Jurel conservado*
- *Cacao en polvo*
- *Paprika*
- *Concha de abanico congelada*
- *Pota congelada*
- *Espárrago fresco*
- *Anchoqueta conservada*
- *Aguacate*

En el capítulo 5 se realiza una estimación del mercado potencial hasta 2014 a partir de las perspectivas de crecimiento de las importaciones de los productos seleccionados con base en sus tasas de crecimiento pasadas.

¹ El potencial se puede transformar en ventas cuando los importadores y los consumidores entiendan y aprecien la calidad peruana. Esto requiere un proceso de promoción en el mercado.

En el capítulo 6 se comparan las estrategias comerciales de los países que hacen parte de los primeros 5 exportadores de los rubros seleccionados, teniendo en cuenta la presencia de una oficina comercial, su participación en las ferias locales y el número de compañías del sector alimentos con sede en EAU.

El documento concluye con el listado de los importadores, de los distribuidores y de las cadenas de supermercados que representan potenciales clientes para los productos peruanos seleccionados (ANEXO III).

3. Importaciones de alimentos y bebidas en los Emiratos Árabes Unidos en 2010

Tabla 1 - Importaciones del sector alimentos y bebidas en 2010

Sector	Participación en total importado	Valor importado 2010 US\$
Productos vegetales	4,16%	5.500 millones
Alimentos, bebidas, bebidas alcohólicas y tabaco	2,15%	2.800 millones
Otros alimentos (carne, leche, huevos, pescado etc)	1,79%	2.500 millones

Fuente: National Bureau of Statistics – UAE 2011

Las importaciones totales de alimentos y bebidas en 2010 fueron de 10.800 millones de dólares, según las cifras del *National Bureau of Statistics* de EUA.

Contrariamente a las importaciones totales, que disminuyeron entre 2008 y 2009, las importaciones de alimentos (excluyendo la carne)² crecieron el 6% en el mismo período, y el 11% entre 2009 y 2010.

Tabla 2 - Mayores exportadores de alimentos y bebidas a los EAU en 2010
Sección HS 02 Vegetales

Posición País	País	Participación sobre el Total Importado	Valor Importado US\$
1	India	25%	1,391,284,066
2	Estados Unidos	8%	461,394,185
3	Pakistán	8%	414,559,100
4	Canadá	6%	335,874,340
5	China	5%	268,553,255
15	Argentina	1,41%	77,646,745
19	Guatemala	1,21%	66,774,577
25	Chile	0,79%	43,529,136
32	Brasil	0,44%	24,211,675
51	Nicaragua	0,06%	3,185,406
54	Perú	0,05%	2,634,593
66	Colombia	0,02%	2,634,593

Fuente: National Bureau of Statistics – UAE 2011

² Si se incluye la carne las importaciones de alimentos decrecieron 4,9%

Perú representa el 0,05% de las importaciones totales de vegetales de EAU.

Tabla 3 - Mayores exportadores de alimentos y bebidas a los EAU en 2010
Sección HS 04 Alimentos Procesados

Posición País	País	Porcentaje del Total Importado	Valor Importado US\$
1	Estados Unidos	11,6%	329,134,533
2	Alemania	6,6%	186,564,259
3	Arabia Saudita	6,5%	183,725,332
4	Reino Unido	5,5%	156,652,499
5	Holanda	5,2%	149,594,775
7	Brasil	4,05%	115,049,262
26	Argentina	1,17%	33,275,249
49	México	0,15%	4,335,943
53	Colombia	0,13%	3,709,515
59	Chile	0,096%	2,743,033
63	Guatemala	0,035%	993,315
69	Cuba	0,032%	933,117
72	Ecuador	0,025%	736,852
73	R. Dominicana	0,022%	635,027
88	Perú	0,007%	209,887

Fuente: National Bureau of Statistics – UAE 2011

Perú representa el 0.007% de las importaciones totales de alimentos y bebidas de EAU excluyendo los vegetales.

4. Sub sectores de productos peruanos y potencial en EAU

Según las indicaciones de Promperú, hemos analizado el crecimiento de las importaciones a los Emiratos Árabes de los productos peruanos considerados más competitivos con base en sus características y de acuerdo con estudios previos.

Hemos descartado algunos de los productos señalados por Promperú en cuanto sus exportaciones en 2010 han estado por debajo de los 200.000 dólares americanos, en particular:

- Los demás cacaos en grano, crudo, excepto para siembra (HS 18010000)
- Pasta de cacao desgrasada total o parcialmente (18032000)
- Piel de limón (HS 08140000)
- Pota conservada (HS 16059000)

En varios casos, el análisis aislado de las estadísticas de las importaciones de los productos indicados por Promperú puede llevar a conclusiones erróneas respecto de las oportunidades de tales productos, en cuanto no hay una correspondencia plena entre las partidas arancelarias de EAU y las de Perú. En particular, en algunos casos, las estadísticas de los Emiratos Árabes agrupan bajo la misma partida arancelaria varios de los productos peruanos

señalados, lo que hace imposible el estudio preciso de los mismos. Este es el caso de los siguientes productos:

- *La partida arancelaria HS0904200 incluye:*
 - *Paprika entera.*
 - *Paprika triturada o pulverizada.*
 - *Paprika en trozos o rodajas.*

- *La partida arancelaria HS 07133900 incluye:*
 - *Frijol castilla (ojo negro).*
 - *Los demás frijoles comunes excepto para siembra, excepto negro y canario.*

- *La partida arancelaria HS 08119000 incluye:*
 - *Pulpa de mango congelado, pulpa de maracuyá congelada y otras frutas congeladas excluyendo fresas, frambuesas.*

- *La partida arancelaria HS 08134090 incluye varias frutas secas.*

- *La partida arancelaria HS 1604200 incluye no solo el jurel sino varios tipos de pescado procesado.*

No se ha incluido un análisis estadístico de las importaciones de jugo congelado de maracuyá en cuanto para los jugos congelados los datos de los Emiratos Árabes solo especifican importaciones del jugo de naranja.

4.1 Análisis de las importaciones de los productos seleccionados

3.111 Comparación con las importaciones mundiales

Para identificar cuáles de los productos identificados por Promperú tienen mayor potencial y cuantificar el grado de interés que el mercado pueda representar para los exportadores peruanos, hemos comparado la tasa promedio de crecimiento de las importaciones mundiales de los últimos cinco años con las importaciones de los Emiratos Árabes de los mismos productos en el mismo período, como se puede observar en la Tabla 4.

Los productos están ordenados de forma decreciente, empezando por aquellos para los cuales es más alta la diferencia entre la tasa de crecimiento promedio de las importaciones a los Emiratos Árabes y la tasa de crecimiento promedio de las importaciones mundiales.

Tabla 4 - Comparación crecimiento importaciones de EAU e importaciones mundiales (USD y porcentajes)

Código HS	Descripción código HS	2010	Var. media 2006-2010	Diferencia variación media imp. EAU e imp. mundiales
20055100	Frijoles desvainados, preparados o conservados	7,609,028		
	Variación importaciones EAU	-38.20%	109.12%	99.51%
	Importaciones mundiales	478,706,545		
	Variación importaciones mundiales	15%	10%	
07092000	Espárragos frescos o refrigerados.	2,328,246		
	Variación importaciones EAU	80.92%	77.76%	71.53%
	Importaciones mundiales	1,114,819,521		
	Variación importaciones mundiales	18%	6%	
08119000	Mango y maracuyá - pulpa congelada	804,794		
	Variación importaciones EAU	-31.93%	55.99%	52.95%
	Importaciones mundiales	1,567,924,923		
	Variación importaciones mundiales	12%	3%	
07081000	Arvejas frescas o refrigeradas	581,636		
	Variación importaciones EAU	160.38%	50.45%	47.66%
	Importaciones mundiales	292,284,127		
	Variación importaciones mundiales	-8%	3%	
08134090	Las demás frutas y otros frutos secos - Aguaymanto	515,711		
	Variación importaciones EAU	-52.90%	52.77%	41.71%
	Importaciones mundiales	461,793,322		
	Variación importaciones mundiales	4%	11%	
07133900	Castilla (frijol ojo negro) secos y los demás frijoles	8,853,060		
	Variación importaciones EAU	12.30%	32.29%	32.67%
	Importaciones mundiales	348,832,304		
	Variación importaciones mundiales	-12%	0%	
16041600	Anchovetas, preparadas	255,747		
	Variación importaciones EAU	26.71%	27.41%	23.70%

Código HS	Descripción código HS	2010	Var. media 2006-2010	Diferencia variación media imp. EAU e imp. mundiales
	Importaciones mundiales	254,508,767		
	Variación importaciones mundiales	2%	4%	
16041300	Sardinas, preparadas o conservadas	3,155,990		
	Variación importaciones EAU	47.66%	28.34%	22.29%
	Importaciones mundiales	816,798,576		
	Variación importaciones mundiales	-5%	6%	
03072900	Concha de abanico congelado	831,048		
	Variación importaciones EAU	98.58%	26.27%	22.21%
	Importaciones mundiales	1,038,430,842		
	Variación importaciones mundiales	21%	4%	
20056000	Espárragos preparados o conservados, sin congelar.	120,776		
	Variación importaciones EAU	46.48%	24.12%	22.20%
	Importaciones mundiales	283,158,780		
	Variación importaciones mundiales	-10%	2%	
16041500	Caballas, preparadas o conservadas	402,140		
	Variación importaciones EAU	-13.51%	25.44%	21.53%
	Importaciones mundiales	439,861,934		
	Variación importaciones mundiales	-1%	4%	
18040000	Manteca de cacao	33,658,148		
	Variación importaciones EAU	46.90%	30.68%	19.72%
	Importaciones mundiales	4,036,508,055		
	Variación importaciones mundiales	0%	11%	
08055010	Limón sutil fresco	34,334,611		
	Variación importaciones EAU	30.27%	33.04%	18.04%
	Importaciones mundiales	2,085,579,926		
	Variación importaciones mundiales	21%	15%	
08052000	Mandarinas	29,869,072		
	Variación importaciones EAU	60.44%	26.63%	16.92%

Código HS	Descripción código HS	2010	Var. media 2006-2010	Diferencia variación media imp. EAU e imp. mundiales
	Importaciones mundiales	3,780,192,146		
	Variación importaciones mundiales	5%	10%	
08030000	Bananas o plátanos tipo "Cavendish Valery" frescos	47,380,247		
	Variación importaciones EAU	20.51%	24.12%	16.57%
	Importaciones mundiales	12,033,760,685		
	Variación importaciones mundiales	3%	8%	
16041400	Atún, preparado o conservado	28,910,201		
	Variación importaciones EAU	42.21%	24.83%	16.38%
	Importaciones mundiales	4,982,261,899		
	Variación importaciones mundiales	-2%	8%	
07108000	Espárragos y otros vegetales cocidos, congelados	4,657,381		
	Variación importaciones EAU	-8.00%	22.96%	15.44%
	Importaciones mundiales	2,840,596,254		
	Variación importaciones mundiales	7%	8%	
20089900	Mangos preparados o conservados y otras frutas	13,818,573		
	Variación importaciones EAU	23.04%	24.51%	15.11%
	Importaciones mundiales	2,263,457,603		
	Variación importaciones mundiales	11%	9%	
08061000	Uvas frescas	51,060,476		
	Variación importaciones EAU	26.24%	19.54%	12.30%
	Importaciones mundiales	6,831,240,242		
	Variación importaciones mundiales	6%	7%	
16042000	Jurel y otros pescados preparados o conservados	1,534,994		
	Variación importaciones EAU	116.55%	14.59%	9.98%
	Importaciones mundiales	1,695,482,139		
	Variación importaciones mundiales	9%	5%	
03074900	Pota congelada y no congelada	1,136,211		
	Variación importaciones EAU	23.19%	12.76%	7.12%

Código HS	Descripción código HS	2010	Var. media 2006-2010	Diferencia variación media imp. EAU e imp. mundiales
	Importaciones mundiales	2,681,988,371		
	Variación importaciones mundiales	22%	6%	
08044000	Aguacates (paltas), frescos o secos.	6,135,413		
	Variación importaciones EAU	56.37%	22.05%	6.61%
	Importaciones mundiales	1,639,425,964		
	Variación importaciones mundiales	-3%	15%	
08109010	Granada	13,815,749		
	Variación importaciones EAU	-12.97%	19.80%	5.19%
	Importaciones mundiales	2,050,530,178		
	Variación importaciones mundiales	8%	15%	
03061300	Langostinos y colas de langostinos congel. y frescos	43,998,164		
	Variación importaciones EAU	1.51%	7.64%	5.04%
	Importaciones mundiales	11,405,521,177		
	Variación importaciones mundiales	14%	3%	
18069000	Los demás chocolates , preparaciones alimenticias que contengan cacao	77,176,155		
	Variación importaciones EAU	32.37%	14.28%	4.25%
	Importaciones mundiales	8,687,837,260		
	Variación importaciones mundiales	9%	10%	
08045020	Mangos y mangostanes, frescos o secos	53,827,342		
	Variación importaciones EAU	21.79%	13.98%	3.94%
	Importaciones mundiales	1,429,776,289		
	Variación importaciones mundiales	10%	10%	
18050000	Cacao en polvo sin azúcar ni otro edulcorante	4,436,918		
	Variación importaciones EAU	132.38%	35.63%	3.78%
	Importaciones mundiales	2,516,237,849		
	Variación importaciones mundiales	83%	32%	
09042000	Pimiento piquillo, paprika entera o en trozos	9,311,465		
	Variación importaciones EAU	12.64%	13.59%	1.91%

Código HS	Descripción código HS	2010	Var. media 2006-2010	Diferencia variación media imp. EAU e imp. mundiales
	Importaciones mundiales	1,007,641,274		
	Variación importaciones mundiales	11%	12%	
09011100	Café sin tostar, sin descafeinar	16,303,974		
	Variación importaciones EAU	38.21%	8.17%	-3.95%
	Importaciones mundiales	17,321,590,306		
	Variación importaciones mundiales	20%	12%	

Fuente: UAE Customs 2011, UN Comtrade 2011.

Aunque la diferencia entre las tasas promedio de crecimiento ofrece una importante indicación acerca de la dinámica de las importaciones a los Emiratos Árabes de los productos escogidos, en algunos casos las altas tasas de crecimiento promedio son fruto de volatilidades del mercado, donde un año se presenta un crecimiento impresionante y el año siguiente una contracción igualmente dramática.

Con el ánimo de minimizar el efecto que este comportamiento puede tener en el análisis estadístico, se han comparado las tasas de crecimiento de las importaciones de los Emiratos Árabes y las mundiales de los últimos tres años y se han clasificado los productos en tres diferentes grupos:

- *Grupo A, formado por los productos cuyas importaciones a los Emiratos han crecido constantemente más que en el resto del mundo.*
- *Grupo B de los productos cuyas importaciones han crecido más en los Emiratos por lo menos en dos de los últimos tres años.*
- *Grupo C de los productos cuyas importaciones a los Emiratos han crecido menos que en el resto del mundo en dos de los tres años considerados.*

De este análisis se puede deducir que el trabajo de promoción de las exportaciones de los productos de los grupos A y B tiene mayores probabilidades de éxito que para los productos del grupo C.

Tabla 5 - Grupos de productos según tasa de crecimiento de importaciones de los EAU y del resto del mundo (Valores en USD y porcentajes)**Grupo A**

Código HS	Descripción código HS	2008	2009	2010	Diferencia variación ³
07092000	Espárragos frescos o refrigerados	342,910	1,286,880	2,328,246	
	Variación importaciones EAU	17.34%	275.28%	80.92%	71.53%
	Importaciones mundiales	999,414,917	947,990,610	1,114,819,521	
	Variación importaciones mundiales	8%	-5%	18%	
18040000	Manteca de cacao	20,705,984	22,912,659	33,658,148	
	Variación importaciones EAU	76.09%	10.66%	46.90%	19.72%
	Importaciones mundiales	4,525,867,407	4,046,743,252	4,036,508,055	
	Variación importaciones mundiales	31%	-11%	0%	
08055010	Limón sutil fresco	33,728,940	26,355,760	34,334,611	
	Variación importaciones EAU	68.10%	-21.86%	30.27%	18.04%
	Importaciones mundiales	2,384,744,688	1,727,231,232	2,085,579,926	
	Variación importaciones mundiales	38%	-28%	21%	
08061000	Uvas frescas	37,003,239	40,446,943	51,060,476	
	Variación importaciones EAU	36.70%	9.31%	26.24%	12.30%
	Importaciones mundiales	6,802,695,224	6,439,542,038	6,831,240,242	
	Variación importaciones mundiales	14%	-5%	6%	
18069000	Los demás chocolates, preparaciones alimenticias que contengan cacao	60,038,332	58,303,396	77,176,155	
	Variación importaciones EAU	19.75%	-2.89%	32.37%	4.25%
	Importaciones mundiales	8,477,616,060	7,948,867,963	8,687,837,260	
	Variación importaciones mundiales	14%	-6%	9%	

³ Diferencia entre la variación promedio de las importaciones de los Emiratos Árabes Unidos y la variación promedio de las importaciones mundiales en el período estudiado.

Grupo B

Código HS	Descripción código HS	2008	2009	2010	Diferencia variación ⁴
08119000	Mango y maracuyá - pulpa congelada	1,177,567	1,182,275	804,794	
	Variación importaciones EAU	264.97%	0.40%	-31.93%	52.95%
	Importaciones mundiales	1,744,090,368	1,401,454,004	1,567,924,921	
	Variación importaciones mundiales	6%	-20%	12%	
08134090	Las demás frutas y otros frutos secos - Aguaymanto	398,408	1,094,829	515,711	
	Variación importaciones EAU	11.98%	174.80%	-52.90%	41.71%
	Importaciones mundiales	428,728,739	444,194,758	461,793,322	
	Variación importaciones mundiales	6%	4%	4%	
07133900	Castilla (fríjol ojo negro) secos y los demás frijoles	6,761,007	7,883,585	8,853,060	
	Variación importaciones EAU	33.69%	16.60%	12.30%	32.67%
	Importaciones mundiales	325,383,165	398,291,253	348,832,304	
	Variación importaciones mundiales	-5%	22%	-12%	
16041600	Anchovetas, preparadas	135,328	201,842	255,747	
	Variación importaciones EAU	-19.79%	49.15%	26.71%	23.70%
	Importaciones mundiales	256,646,392	250,655,003	254,508,767	
	Variación importaciones mundiales	4%	-2%	2%	
16041300	Sardinas, preparadas o conservadas	3,544,780	2,137,304	3,155,990	
	Variación importaciones EAU	89.98%	-39.71%	47.66%	22.29%
	Importaciones mundiales	911,280,778	862,111,615	816,798,576	
	Variación importaciones mundiales	24%	-5%	-5%	
03072900	Concha de abanico congelado	642,657	418,504	831,048	
	Variación importaciones EAU	46.33%	-34.88%	98.58%	22.21%
	Importaciones mundiales	840,271,184	860,507,909	1,038,430,842	
	Variación importaciones mundiales	5%	2%	21%	
20056000	Espárragos preparados o conservados,	219,131	82,454	120,776	

⁴ Diferencia entre la variación promedio de las importaciones de los Emiratos Árabes Unidos y la variación promedio de las importaciones mundiales en el período estudiado.

Código HS	Descripción código HS	2008	2009	2010	Diferencia variación ⁴
	sin congelar.				
	Variación importaciones EAU	17.54%	-62.37%	46.48%	22.20%
	Importaciones mundiales	476,306,040	315,044,471	283,158,780	
	Variación importaciones mundiales	1%	-34%	-10%	
08052000	Mandarinas	19,918,796	18,616,954	29,869,072	
	Variación importaciones EAU	34.25%	-6.54%	60.44%	16.92%
	Importaciones mundiales	3,464,166,065	3,599,085,658	3,780,192,146	
	Variación importaciones mundiales	10%	4%	5%	
08030000	Bananas o plátanos tipo "cavendish valery" frescos	43,862,120	39,315,999	47,380,247	
	Variación importaciones EAU	29.43%	-10.36%	20.51%	16.57%
	Importaciones mundiales	12,124,027,693	11,717,406,919	12,033,760,685	
	Variación importaciones mundiales	18%	-3%	3%	
16041400	Atún, preparado o conservado	33,679,409	20,329,375	28,910,201	
	Variación importaciones EAU	93.03%	-39.64%	42.21%	16.38%
	Importaciones mundiales	5,765,854,858	5,068,753,504	4,982,261,899	
	Variación importaciones mundiales	34%	-12%	-2%	
07108000	Espárragos y otros vegetales cocidos congelados	4,752,997	5,062,362	4,657,381	
	Variación importaciones EAU	15.68%	6.51%	-8.00%	15.44%
	Importaciones mundiales	2,878,500,106	2,663,229,955	2,840,596,254	
	Variación importaciones mundiales	13%	-7%	7%	
20089900	Mangos preparados o conservados y otras frutas	15,129,497	11,231,281	13,818,573	
	Variación importaciones EAU	83.50%	-25.77%	23.04%	15.11%
	Importaciones mundiales	2,153,685,041	2,047,494,387	2,263,457,603	
	Variación importaciones mundiales	15%	-5%	11%	
16042000	Jurel y otros pescados preparados o conservados	980,084	708,831	1,534,994	
	Variación importaciones EAU	19.78%	-27.68%	116.55%	9.98%

Código HS	Descripción código HS	2008	2009	2010	Diferencia variación ⁴
	Importaciones mundiales	1,752,191,192	1,561,525,374	1,695,482,139	
	Variación importaciones mundiales	10%	-11%	9%	
03074900	Pota Congelada y no congelada	1,841,810	922,301	1,136,211	
	Variación importaciones EAU	69.61%	-49.92%	23.19%	7.12%
	Importaciones mundiales	2,574,598,236	2,206,952,239	2,681,988,371	
	Variación importaciones mundiales	4%	-14%	22%	
08044000	Aguacates (paltas), frescos o secos.	3,547,694	3,923,707	6,135,413	
	Variación importaciones EAU	47.98%	10.60%	56.37%	6.61%
	Importaciones mundiales	1,512,393,472	1,686,954,042	1,639,425,964	
	Variación importaciones mundiales	10%	12%	-3%	
03061300	Langostinos entero y colas de langostinos congelados y frescos	44,418,237	43,344,476	43,998,164	
	Variación importaciones EAU	4.70%	-2.42%	1.51%	5.04%
	Importaciones mundiales	10,965,078,092	9,966,328,285	11,405,521,177	
	Variación importaciones mundiales	3%	-9%	14%	
08045020	Mangos y mangostanes, frescos o secos	37,198,191	44,195,471	53,827,342	
	Variación importaciones EAU	2.15%	18.81%	21.79%	3.94%
	Importaciones mundiales	1,324,910,495	1,305,672,747	1,429,776,289	
	Variación importaciones mundiales	6%	-1%	10%	
18050000	Cacao en polvo sin azúcar ni otro edulcorante	1,604,504	1,909,324	4,436,918	
	Variación importaciones EAU	-2.92%	19.00%	132.38%	3.78%
	Importaciones mundiales	1,173,660,609	1,372,783,171	2,516,237,849	
	Variación importaciones mundiales	12%	17%	83%	
09042000	Pimiento piquillo, paprika entera o en trozos	9,760,851	8,266,366	9,311,465	
	Variación importaciones EAU	43.87%	-15.31%	12.64%	1.91%
	Importaciones mundiales	985,198,215	911,565,445	1,007,641,274	
	Variación importaciones mundiales	12%	-7%	11%	

Grupo C

Código HS	Descripción código HS	2008	2009	2010	Diferencia variación ⁵
20055100	Fríjoles desvainados, preparados o conservados	11,107,680	12,312,876	7,609,028	
	Variación importaciones EAU	-27.50%	10.85%	-38.20%	99.51%
	Importaciones mundiales	433,620,207	417,907,825	478,706,546	
	Variación importaciones mundiales	6%	-4%	15%	
07081000	Arvejas frescas o refrigeradas	378,727	223,384	581,636	
	Variación importaciones EAU	3.09%	-41.02%	160.38%	47.66%
	Importaciones mundiales	331,082,635	318,011,728	292,284,125	
	Variación importaciones mundiales	12%	-4%	-8%	
16041500	Caballas, preparadas o conservadas	560,660	464,952	402,140	
	Variación importaciones EAU	133.24%	-17.07%	-13.51%	21.53%
	Importaciones mundiales	460,339,415	445,954,769	439,861,934	
	Variación importaciones mundiales	8%	-3%	-1%	
08109010	Granada	10,234,023	15,874,129	13,815,749	
	Variación importaciones EAU	11.00%	55.11%	-12.97%	5.19%
	Importaciones mundiales	1,735,878,911	1,894,012,536	2,050,530,178	
	Variación importaciones mundiales	13%	9%	8%	
09011100	Café sin tostar, sin descafeinar	14,188,831	11,796,309	16,303,974	
	Variación importaciones EAU	1.55%	-16.86%	38.21%	-3.95%
	Importaciones mundiales	16,261,700,527	14,437,998,901	17,321,590,306	
	Variación importaciones mundiales	23%	-11%	20%	

Fuente: UAE Customs 2011

⁵ Diferencia entre la variación promedio de las importaciones de los Emiratos Árabes Unidos y la variación promedio de las importaciones mundiales en el período estudiado.

Importaciones desde mercados sudamericanos

Los grupos de productos descritos en la tabla anterior han sido nuevamente analizados según el país de procedencia para identificar cuáles de ellos se importa desde países de América Latina. De esta manera, identificamos los productos peruanos que tienen mayores posibilidades de ser exportados a los Emiratos Árabes, en cuanto los costos de transporte y los procedimientos de exportación son similares para los exportadores de Perú y de los otros países latinoamericanos, con la excepción de Brasil y Argentina, que tienen conexión aérea directa con Dubai.

Los demás chocolates y preparaciones que contengan cacao, uvas, espárragos y limón son los productos cuyas importaciones crecen más y para los cuales los países latinoamericanos representan más del 2% del total importado.

Entre los otros productos se destacan las mandarinas, cuyas importaciones crecieron en promedio el 29%, y para las cuales los países latinoamericanos representan el 2,6% del mercado; la paprika (pimentón) en varias formas, cuyas importaciones crecieron el 14% y donde los países latinos representan el 4.18%. Respecto al café, dado que los productores latinoamericanos dominan el 25% del mercado, se puede afirmar que el café peruano puede tener posibilidades de ingreso. El caso de los frijoles, donde las exportaciones latinoamericanas son bastante relevantes, es un mercado de crecimiento alterno (en el caso del frijol vigna conservado está decreciendo y en el caso de otros frijoles está creciendo menos que el resto del mundo). Sin embargo, considerando que el Perú ya está exportando estos productos a los Emiratos Árabes, hay que analizar más detenidamente si es procedente una promoción puntual de estas categorías de productos.

Tabla 6 - Grupos de productos según tasa de crecimiento de importaciones de los EAU y del resto del mundo e importaciones desde países latinoamericanos (valores en USD).

Producto	Partida arancelaria	Importaciones totales 2010	Valor Desde América Latina	País de origen	% de importación de América Latina
Grupo A					
Espárragos, frescos o refrigerados.	07092000	2,328,246	360,524	Perú	15.4%
Limón sutil fresco	08055010	34,334,611	2,469,453 631,235 367,920 282,372 16,087	Brasil Argentina Uruguay Chile México	11%
Uvas frescas	08061000	51,060,476	3,045,590 167,166 103,522 89,641	Chile Perú Brasil México	7.1%
Los demás chocolates y preparaciones alimenticias que contengan cacao.	18069000	77,176,155	999,965 258,637 168,934 21,418	Argentina Brasil México Chile	2%
Grupo B					

Castilla (fríjol ojo negro), secos y los demás frijoles	07133900	8,853,060	1,733,861 596,922 90,028 61,288	Perú Belice Brasil Argentina	28%
Pimiento piquillo, paprika entera o en trozos	09042000	9,311,465	324,970 55,469 8,517	México Honduras Brasil	4.18%
Mandarinas	08052000	29,869,072	615,147 113,171 51,410	Argentina Brasil Uruguay	2.6%
Espárragos y otros vegetales cocidos congelados	07108000	4,657,381	63,665 1,452	México Brasil	1.4%
Bananas o plátanos tipo "Cavendish Valery" frescos	08030000	47,380,247	485,830 11	Ecuador Colombia	1%
Aguacates (paltas), frescas o secas	08044000	6,135,413	27,826 8,877 5,565 3,933 820	Chile Perú Colombia México Brasil	0.8%
Mangos y mangostanes, frescos o secos	08045020	53,827,342	161,536 1,136 921 874	Brasil Colombia R. Dominicana Perú	0.3%
Langostinos enteros y colas de langostinos congelados y frescos	03061300	43,998,164	112,291 21,531	Ecuador Argentina	0.3%
Mangos preparados o conservados y otras frutas	20089900	13,818,573	31,189 17,526 222	México Chile Ecuador	0.3%
Las demás frutas y otros frutos secos - Aguaymanto	08134090	515,711	385	Colombia	0.07%
Grupo C					
Café sin tostar, sin descafeinar	09011100	16,303,974	3,191,939 692,591 115,414 2,538	Brasil México Colombia Argentina	25%
Caballas, preparadas o conservadas	16041500	402,140	15,037	Chile	4%
Fríjoles desvainados, preparados o conservados	20055100	7,609,028	23,728	Perú	0.3%

Fuente: UAE Customs 2011

5. Principales exportadores y análisis de precios: potencial para los productos peruanos.

A través de la comparación de los precios de importación de los 5 principales exportadores en 2010 de cada uno de los productos seleccionados, el siguiente análisis procura definir el tamaño del potencial de mercado para Perú en cada rubro.

Es importante notar que los precios de importaciones son promedios anuales calculados con base en los precios declarados a la aduana en las facturas de exportación y los promedios no diferencian entre las diversas calidades de los productos.

Los precios promedios peruanos son precios FOB a los cuales hemos añadido el precio de transporte dependiendo si el producto tiene que ser enviado por barco o por avión. Se ha considerado un precio de 3,6 dólares por kilo (13,2 AED) en el caso de transporte por avión y 0,149 dólares por kilo (0,54 AED) en el caso de transporte por barco.⁶ Al variar estos costos, el siguiente análisis debería ajustarse para reflejar el efecto que esto pueda tener en el potencial de mercado para Perú.

Las indicaciones sobre las cuotas de mercado potencial de cada producto se basan exclusivamente en el análisis del precio de importación. Las verdaderas cuotas de mercado dependen de las variedades de cada producto, su calidad y los hábitos de consumo internos.

Los resultados siguientes se basan en el análisis de las tablas del Anexo I y Anexo II

4.1 Mango fresco

El principal exportador de mangos frescos a los Emiratos Árabes en términos de valor en 2010 fue India. Sin embargo, en los últimos cinco años, el mayor exportador por volumen del producto ha sido siempre Pakistán, que aporta cerca de la mitad del valor total importado por el país, con un precio sustancialmente inferior a todos los competidores.

El precio promedio de los cinco importadores principales ha crecido entre 2006 y 2010 en 53%. El precio de importación del producto de Pakistán equivale a la mitad del precio promedio de los primeros cinco exportadores y ha disminuido en 34% entre 2006 y 2010.

India exporta con un precio 3,4 veces mayor que el de Pakistán. Exportadores como Indonesia y Australia venden con precios cinco y seis veces mayores que el precio promedio de los primeros 5 exportadores. El mango australiano ha sido constantemente más costoso que el de los otros países. Sin embargo, el país sigue siendo uno de los cinco exportadores principales de mango a los Emiratos Árabes y ha duplicado el volumen exportado entre 2009 y 2010.

⁶ Estamos suponiendo que el transporte por barco se haga con contenedores de 20 pies y que quepan 21 toneladas de productos en un contenedor. El número de toneladas por contenedor varía según el tipo de producto que se transporta, así que el precio indicado puede cambiar de producto a producto.

Potencial para el producto peruano – Transporte por avión

El período noviembre – febrero es de alta demanda de mango fresco en los Emiratos Árabes, durante el cual la oferta de los mayores productores asiáticos no está disponible. En estos meses las importaciones proviene sobre todo de Australia. Perú estaría en capacidad de competir con Australia durante el período diciembre-febrero. El mercado potencial de Perú equivaldría al 4% del mercado o 1.9 millones de dólares.

5.1 Arvejas frescas

En los últimos cinco años el mercado de las arvejas ha sido bastante dinámico, con nuevos exportadores que han ganado cuotas de mercado. Es el caso de un país norte americano como Canadá, que ha logrado exportar el mayor volumen de producto aún con un precio igual a la mitad del precio promedio⁷ de importación. De hecho, el gran volumen de producto de bajo precio exportado por Canadá ha disminuido el precio promedio. Holanda y Sudáfrica son los países que exportan con el mayor precio por kilo, cinco y seis veces más alto que el precio promedio.

Potencial para Perú – Transporte por barco

El mayor volumen de productos lo aportan los dos exportadores que trabajan con el menor precio del mercado, que está por debajo del promedio: Canadá y Pakistán. El resto de los exportadores venden con un precio de mercado varias veces superior al promedio.

Aun considerando que se puedan transportar las arvejas frescas por barco, el precio del producto peruano es superior a todos los de los mayores exportadores excepto Sudáfrica, que representa el 1,6% del mercado, correspondientes a 34.522 AED o 9.406 dólares americanos.

5.2 Espárragos

El líder del mercado de los espárragos es Tailandia, que ha mantenido la posición de primer exportador en los últimos 5 años. Aunque el mercado sigue siendo pequeño, ha crecido mucho y ha mostrado gran dinamismo con nuevos exportadores entre los primeros cinco. En particular, el producto peruano ha aumentado su cuota de mercado entre 2009 y 2010, a pesar de que no se importa directamente desde el Perú sino a través de Holanda.

El precio promedio del producto ha crecido 46% en los últimos cinco años, pero los mayores exportadores venden con precios cercanos al promedio, mientras que países como Italia y Alemania, cuyo precio es dos o tres veces superior al promedio, han disminuido su cuota de mercado relativa, desapareciendo de entre el grupo de los mayores exportadores.

⁷ El precio promedio se calcula sobre los precios de los primeros 5 exportadores en cada año.

Potencial para el producto peruano – transporte por avión

En este escenario Perú puede aumentar su cuota de mercado, no tanto ofreciendo precios menores, sino con acciones de mercadeo focalizadas. De hecho, la cuota de mercado de Perú ha pasado del 6% en 2009 al 15% en 2010, aunque el precio promedio peruano haya sido superior al precio de Holanda, a la cual Perú ha robado cuota de mercado. Por esta razón, podemos considerar que Perú estaría en capacidad de por lo menos doblar su cuota de mercado, para alcanzar 2.646.246 AED o 721.000 dólares.

4.4 Espárragos congelados

El mercado de los vegetales congelados es dominado por Egipto con un precio muy cercano al promedio. Los otros mayores exportadores han quedado casi en la misma posición, como China, con precios sustancialmente menores que el promedio. Al mismo tiempo Francia, Bélgica, Reino Unido e India venden con precios sustancialmente superiores al promedio.

Es importante subrayar que la partida arancelaria analizada incluye **varios vegetales congelados**. En realidad los espárragos congelados prácticamente **no se encuentran** en los supermercados. Conocer el valor específico de sus importaciones es casi imposible, pero se puede decir que la demanda de este tipo de producto es muy pequeña, de manera que es muy difícil determinar el potencial para los espárragos congelados.

Si además comparamos el precio promedio de importación de este rubro con el precio promedio de exportación de Perú, el producto sería aparentemente imposible de vender.

4.5 Otros frijoles – Castilla, con o sin cáscara, secos.

El líder del sector es Myanmar, que exporta grandes volúmenes a un precio inferior al precio promedio. El precio de Myanmar ha venido creciendo aún más que el del mercado: mientras el precio promedio de importación ha crecido 82% entre 2006 y 2010, el precio de Myanmar ha crecido 95%.

El crecimiento del precio general del mercado ha permitido a Perú aumentar su cuota de mercado aun incrementando su precio de exportación, que es prácticamente igual al precio promedio.

4.5.1 Potencial para el producto peruano – Transporte por barco

La diferencia de precio de importación entre los exportadores se ha venido bajando en los últimos dos años, de manera que el precio no puede ser considerado como una variable fundamental para aumentar la cuota de mercado de los productos peruanos. Con una participación del 15% del mercado, Perú puede aumentar su cuota solo ganando parte del mercado de Myanmar, que representa 11.707.365 AED o 3.190.000 dólares americanos.

4.6 Banano

Filipinas es el líder del mercado, tanto en términos de volúmenes como de valores. India ha mantenido el segundo lugar, aunque sea el único país con un precio por kilogramo claramente superior al promedio. Filipinas, sin embargo, ha perdido su supremacía absoluta en los últimos 3 años, pasando de controlar el 92% del mercado en 2006 al 73% en 2010.

Competidores como Omán, Sri Lanka y hasta Ecuador (que está en desventaja por el transporte), han podido ampliar su participación de mercado en los últimos tres años en un escenario de aumento general del precio promedio de importación, que ha crecido 31% entre 2006 y 2010.

4.6.1 Potencial para el producto peruano – Transporte por barco

El precio promedio FOB de Perú es superior al precio promedio CIF de Ecuador. Esto puede representar una limitante para el desarrollo de las exportaciones de banano peruano a los Emiratos Árabes. El precio peruano llega a ser similar al precio de India, pero el precio promedio de India se debe a las variedades diferentes al banano común que se importan. Las posibilidades de exportación con estos precios son muy reducidas. El mercado del banano orgánico no está desarrollado todavía y las importaciones de este tipo de producto son muy reducidas. Hay solo un importador especializado en banano orgánico.

4.7 Aguacate

El mercado de este producto es totalmente dominado por Kenia, que exporta con precios por debajo del precio promedio de importación. El segundo mayor exportador aporta el 5% del volumen exportado por Kenia.

El precio promedio de importación ha bajado 13% entre 2006 y 2010, sobre todo como resultado de la disminución del precio de exportación de Kenia. Por otro lado, exportadores con precios dos y tres veces superiores al precio promedio de importación han incrementado su cuota de mercado, como en el caso de Estados Unidos, Holanda y Australia.

4.7.1 Potencial para el producto peruano – Transporte por avión

La oferta de aguacates es constante en los Emiratos Árabes gracias a que la oferta de Australia y Kenia cubre prácticamente todo el año. El aguacate peruano, en particular el Hass, podría competir con el producto Australiano solo si su precio lograra ser más bajo del australiano. El precio del producto peruano transportado por avión es aparentemente más alto del precio australiano en casi un dólar. Sin embargo, en los registros de la aduana de Dubai, resultan exportaciones de Perú con un precio CIF más bajo de lo que se deduce de la suma del precio promedio de exportación y el costo del transporte aéreo. En cuanto sea posible lograr un precio CIF Dubai alrededor de 3.8 dólares, Perú podría competir con Australia durante 4 meses al año. Su cuota potencial de mercado sería 233 mil dólares americanos.

4.8 Mandarina

Pakistán, Sudáfrica, Australia, China y España han dominado el mercado en los últimos cinco años, y solo Argentina se ha acercado en 2009 a los valores exportados por estos países.

El precio es determinante para el ingreso a la mayor parte del mercado, puesto que Pakistán vende 62% por debajo del precio promedio y vende 10 veces más que el segundo mayor exportador. Sin embargo, el resto del mercado, que tiene un valor superior a los 10 millones de dólares, valora más la calidad y el sabor. Los demás exportadores venden con precios 2 y 2,5 veces mayores del precio promedio. Argentina vende con precios más del doble del precio promedio.

4.8.1 Potencial para el producto peruano – Transporte por barco

El precio promedio de importación de mandarina ha crecido 47% entre 2006 y 2010, y todos los exportadores, a excepción de Pakistán, venden con precios 2 y 2.5 veces mayores del precio promedio. El precio CIF potencial de Perú permitiría a las mandarinas peruanas competir en el mercado con Australia, que exporta durante el período Mayo – Septiembre, cuando no hay producción en los países cercanos a los Emiratos Árabes. Australia exporta 3.3 millones de dólares americanos al país durante esos meses.

Hay calidades de mandarinas importadas de Argentina que se almacenan en Dubai por más de un mes. En este caso el transporte por barco es posible. Las variedades sin semillas y de color más intenso son preferidas. Sin embargo, el mercado acepta todas las variedades en cuanto el precio sea competitivo.

4.9 Uvas frescas

El precio promedio de la uva en el período 2006-2010 se incrementó en 47%, lo cual ha significado una reorientación de la demanda hacia productos más costosos. De hecho, en 2010 Sudáfrica superó a India como mayor exportador de uva a los Emiratos Árabes, con un precio 75% más alto que el precio de India.

India es el único país que vende por debajo del precio promedio. EEUU vende con el precio más alto del mercado.

4.9.1 Potencial para el producto peruano – Transporte por barco

Acciones de promoción y presentación de la uva peruana podrían producir algunos resultados positivos en un mercado donde el precio no constituye ya la variable más importante para el consumidor. El precio de la uva peruana es más alto que el precio de la uva de los EE.UU. Sin embargo, en el período noviembre – febrero en los Emiratos Árabes hay escasez de uva, lo que abre una ventana de oportunidad importante para Perú. Este período corresponde con la temporada de disponibilidad de uva peruana para la exportación. Entre finales de noviembre y finales de diciembre también la oferta de EE.UU. es muy escasa y eso abre las puertas a productores que puedan ofrecer uva en ese mes.

El mercado potencial correspondería al mercado de EE.UU., que equivale a 9.3 millones de dólares.

4.10 Pulpa de mango y maracuyá congelados

El consumo de estos productos es reducido en Emiratos Árabes y la partida arancelaria que hemos analizado incluye varias frutas congeladas. Por esta razón, las estadísticas de este rubro no se pueden considerar concluyentes para el mango y el maracuyá congelados de Perú. La presencia en los supermercados, tanto de mango como de maracuyá congelados, es extremadamente limitada. Solo pocos supermercados ofrecen una marca de mango congelado. La amplia oferta de mango fresco durante todo el año limita la demanda de mango congelado. Las marcas que lo ofrecen son de Australia y Bélgica y se venden con un precio al público entre 10 y 40 dólares por kilo.

Con respecto al rubro de frutas congeladas en general, el precio promedio de estos productos ha crecido 64% en los últimos cinco años.

India es el país que vende el mayor volumen de productos, con precios dos o tres veces inferiores al precio promedio de importación.

En los últimos 3 años los exportadores principales, excepto India, han vendido a un precio dos y tres veces superior al precio promedio. Este es el caso de Francia, Holanda, EEUU y Canadá. El nicho de alto nivel del mercado ha crecido en los últimos años y el precio no es un obstáculo al ingreso al mercado si la calidad es reconocible/reconocida por el consumidor final.

4.10.1 Potencial para el producto peruano – Transporte por barco

Tanto el mango como el maracuyá congelados tienen precios CIF Dubai sustancialmente inferiores a los precios de los competidores, con la excepción de India. Estos productos pueden ser interesantes para los importadores, aunque, considerando que no hay estadísticas precisas y que la oferta de estos productos en los supermercados es muy reducida, es imposible determinar el valor preciso de la cuota de mercado potencial de los mismos en los Emiratos.

4.11 Paprika y pimientos secos

El mercado de estos productos está dominado por India y Pakistán, que venden a un precio ligeramente por debajo del promedio. Los demás exportadores venden con precios dos a seis veces superiores, pero su cuota de mercado es tan solo el 5% del total.

En 2010 el mercado está claramente dividido entre uno de grandes volúmenes y precios bajos (menos de un dólar por Kg.) controlado por India y Pakistán, y nichos de precios altos, donde compiten España, México y Corea del Sur.

4.11.1 Potencial para el producto peruano – Transporte por avión o por barco

El valor del mercado potencial para la paprika y el pimiento piquillo en trozos o en polvo depende del tipo de transporte usado para el envío del producto. Por lo general, Perú exporta este producto vía aérea. En el caso de Emiratos Árabes, el costo de los fletes haría el producto más caro que el del exportador más costoso (Corea del Sur) y eliminaría las posibilidades de penetración del mercado.

Si fuera posible usar el transporte marítimo, la cuota de mercado potencial para Perú correspondería a la participación que comparten México, España y Corea del Sur, equivalente a 1.945.568 AED o 530.127 dólares americanos en total.

4.12 Fríjoles preparados o conservados (Vigna)

El precio promedio de los fríjoles conservados ha disminuido 38% en los últimos cinco años. Esto es resultado del desarrollo de la producción local de este rubro, lo cual se refleja en las exportaciones de *Jebel Ali Free Zone*, donde están establecidas las compañías que manufacturan estos productos en los Emiratos. La producción local ha sido relativamente estable entre 2007 y 2010, aunque los precios han bajado drásticamente, provocando la caída del precio promedio. EEUU y Reino Unido siguen exportando a nichos de mercado inelásticos al precio, con precios tres y cuatro veces superiores al precio promedio.

4.12.1 Potencial para el producto peruano – Transporte por barco

Aunque los precios de *Jebel Ali Free Zone* no necesariamente reflejan los precios de venta efectivos⁸, la competencia interna constituye una barrera importante al desarrollo de importaciones de Perú. Con un precio promedio CIF de 4,53 AED (1,23 USD), el potencial de mercado para el Perú corresponde a las importaciones combinadas de EEUU y Reino Unido, que equivalen a 5,8 millones de AED o 1,6 millones de dólares americanos.

4.13 Espárragos conservados

El precio promedio de los espárragos conservados ha crecido 47% entre 2006 y 2010.

China, con un precio inferior al precio promedio, es el líder del mercado, aunque en total exporta menos de 100 mil dólares americanos. Francia, Estados Unidos y Australia venden con precios superiores al promedio y sus ventas combinadas suman 34 mil dólares. En 2008, antes de la crisis, el mercado era el doble del tamaño actual, pero aún pequeño para ofrecer oportunidades de crecimiento relevantes para los productores peruanos. De todos modos, los espárragos peruanos conservados están presentes en el mercado de forma indirecta bajo la marca Green Giant.

⁸ La reducción de precio tan drástica en un año debe ser investigada ulteriormente y podría ser una disminución solo en el papel.

4.13.1 Potencial para el producto peruano – Transporte por barco

El precio CIF de los espárragos conservados peruanos les daría la posibilidad de competir por el 28,2% del mercado, que equivale a solo 97.514 AED o 26.570 dólares americanos.

4.14 Mango y otras frutas conservadas

Non hay datos específicos de mango conservado en los Emiratos Árabes y las estadísticas de importación incluyen otras frutas. Por esta razón es imposible identificar el tamaño exacto del mercado local de mango conservado. La oferta en los supermercados es muy limitada y varios de ellos ni siquiera tienen el producto en su inventario.

Si miramos las estadísticas del rubro completo de fruta conservada se evidencia que el precio promedio de este grupo de productos ha subido 63% en los últimos cinco años.

India es el líder del mercado con precios inferiores al promedio. EEUU, Sudáfrica y hasta Vietnam venden con precio muy superiores al precio promedio, indicando la existencia de nichos cuya demanda no depende directamente del precio. Sin embargo, considerando que este rubro incluye también frutas diferentes del mango, el valor total del nicho de mercado en el que Perú tiene oportunidades de penetración es difícil de determinar.

4.14.1 Potencial para el producto peruano – Transporte por barco

Es posible afirmar, sin embargo, que el precio competitivo del mango conservado peruano lo puede hacer atractivo para importadores que quieren ampliar su gama de oferta. El mango debería ser parte de una serie de otros productos que el mismo importador pueda comprar. Como una aproximación **imprecisa** podemos decir que el mercado potencial corresponde al 25% del total, es decir 12,6 millones de AED o 3,4 millones de dólares americanos.

4.15 Langostinos congelados y colas de langostinos

En las importaciones procedentes de *Jebel Ali Free Zone*, donde se procesa este producto, se puede observar que la producción interna de langostinos congelados ha crecido en los últimos cinco años y representa ahora el 30% del mercado. El precio promedio ha subido ligeramente en el período 2006 – 2010 y los proveedores del producto son todos países asiáticos.

4.15.1 Potencial para el producto peruano – Transporte por barco

El precio promedio CIF de Perú es superior al precio del exportador más caro (India). En el caso en el que el producto sea exportado vía aérea, como parece se exportan la mayoría de los langostinos, no habría posibilidad de penetración del mercado local. Si las exportaciones se hicieran por vía marítima, habría que estudiar detenidamente la diferencia de calidad en los productos con respecto a los de India para entender cuáles son las posibilidades de penetración del mercado.

4.16 Concha de abanico congelada

El mercado de este producto prácticamente se duplicó entre 2009 y 2010, y el precio promedio de importación creció 17% entre 2006 y 2010. El mercado ha sido dinámico y los primeros cinco exportadores han cambiado casi todos los años, con excepción de EE.UU. y Canadá.

4.16.1 Potencial para el producto peruano – Transporte por barco

El precio de las conchas peruanas es muy competitivo, tanto que, aunque el producto fuera transportado vía aérea, el precio CIF seguiría estando por debajo del promedio. Por esta razón, el potencial del mercado para Perú equivale a la totalidad del mercado de Emiratos Árabes, es decir, 3 millones de dirhams u 831 mil dólares americanos.

4.17 Pota congelada

El mercado ha crecido solo 13% entre 2006 y 2010, mientras que el precio promedio de importación ha crecido 42%. India y Pakistán han perdido la posición de líderes que tenían hasta 2009, mientras que China, Vietnam y Filipinas han incrementado su participación en el mercado.

4.17.1 Potencial para el producto peruano – Transporte por barco

Si Perú exportara la pota congelada por barco su precio CIF de 3,94 AED (1,07 USD) sería tan competitivo que el mercado entero quedaría potencialmente abierto para sus exportaciones. Esto equivale a 4,1 millones de dirhams o 1,1 millones de dólares americanos.

4.18 Limón fresco

El mercado de limones frescos ha crecido a un promedio anual de 30% en los últimos cinco años y el precio promedio de importación ha aumentado 65%. Sudáfrica e India son los líderes del mercado y juntos representan el 80% del total. Ambos venden a precios cercanos al promedio.

4.18.1 Potencial para el producto peruano – Transporte por barco

El limón sutil y Tahiti, que son las variedades más exportadas por Perú, representan menos de la tercera parte del mercado, y se importan de Egipto, Tailandia, Vietnam, México y Brasil. El precio CIF de Perú estaría por debajo del precio de Brasil. Si asumimos que las exportaciones de limón sutil de Brasil representan la tercera parte de sus exportaciones totales de limones a los Emiratos Árabes, podemos decir que la cuota potencial de Perú equivale a la tercera parte de la cuota total de mercado de Brasil, es decir alrededor de 800.000 dólares.⁹

⁹ Esta aproximación no tiene en cuenta de la estacionalidad que podría limitar un poco más el valor total exportable.

4.19 Granada

El líder del mercado es India y los cinco primeros exportadores han mantenido su cuota de mercado respectiva en los últimos cinco años, mientras que España la ha incrementado aún con precios superiores a varios de los competidores.

4.19.1 Potencial para el producto peruano – Transporte por barco

El precio FOB del producto peruano equivale al doble del precio del exportador más caro en 2010. Por esta razón consideramos que Perú no tiene posibilidades de exportar volúmenes relevantes de Granada a los Emiratos Árabes.

4.20 Anchovetas preparadas

El mercado de las anchovetas ha crecido a una tasa promedio anual del 27,4% entre 2006 y 2010, mientras que el precio promedio de importación ha decrecido 51%.

Hasta 2008 solo tres países exportaban este producto a los Emiratos Árabes. El ingreso al mercado de Filipinas, EE.UU. y Holanda ha contribuido a la disminución del precio promedio.

4.20.1 Potencial para el producto peruano – Transporte por barco

El precio CIF peruano puede corresponder potencialmente a menos de la mitad del precio promedio de importación. Solo Filipinas tienen un precio inferior al de Perú. Por esta razón podemos decir que el mercado potencial de Perú equivale al 95% del mercado, equivalente a 900 mil dirhams o 245 mil dólares americanos.

4.21 Jurel y demás preparaciones

El mercado de las preparaciones de pescados, que incluye el jurel, ha recuperado su valor al nivel de 2006, después de haber caído entre 2007 y 2009.

El precio promedio del producto importado ha crecido 52% y los mayores exportadores han variado durante los últimos cinco años, indicando que hay posibilidad de ingreso para productos que ofrezcan la calidad requerida por el mercado y que tengan un precio competitivo.

4.21.1 Potencial para el producto peruano – Transporte por barco

La partida arancelaria en la que se encuentra el Jurel conservado incluye otras variedades de pescado y por esto no es posible definir con exactitud el valor potencial del mercado para este producto. Sin embargo, considerando que el precio del Jurel peruano es casi la mitad del precio promedio de importación y solo Omán tiene un precio inferior, podemos decir que el

tamaño potencial del mercado equivale al 79% del total, 4,4 millones de dirhams o 1,2 millones de dólares americanos.

4.22 Sardinias en lata

El mercado de las sardinias en lata se ha duplicado entre 2006 y 2010 y el precio ha subido el 27%. Marruecos, Filipinas y Tailandia son los principales exportadores. Marruecos vende a un precio superior al precio promedio mientras que Filipinas y Tailandia venden a precios inferiores al promedio. Reino Unido es el único país que vende constantemente a un precio más del doble del precio promedio y domina el 5% del mercado, probablemente teniendo como consumidores finales los expatriados británicos que prefieren comprar el producto inglés, aunque sea más caro.

4.22.1 Potencial para el producto peruano – Transporte por barco

El precio CIF de Perú parece ser superior al de todos los exportadores excluyendo al Reino Unido. Muy difícilmente Perú podría competir por el nicho del Reino Unido que está constituido por un segmento específico de consumidores ligados a la marca más que al precio. Por esta razón consideramos que con los precios actuales el mercado para las sardinias peruanas es muy limitado en los Emiratos Árabes.

4.23 Atún conservado

El mercado del atún enlatado prácticamente ha duplicado su volumen entre 2006 y 2010, pero el precio de importación promedio ha crecido solo el 18%. Los mayores importadores venden con un precio inferior o cercano al promedio. Solo Italia y Reino Unido venden con precios dos y tres veces superiores al promedio, gracias a las ventas de dos de las marcas líderes mundiales: Tonno Rio Mare y John West.

4.23.1 Potencial para el producto peruano – Transporte por barco

El precio CIF del atún enlatado peruano es 61% superior al precio promedio de importación. Para poder entrar en el mercado Perú debería competir con las marcas italianas e inglesas. Por esto consideramos que el atún enlatado no representa un sector en el cual Perú debería enfocar sus esfuerzos comerciales.

4.24 Chocolates y demás preparaciones con contenido de cacao

Este es un rubro importante para el mercado de alimentos que ha crecido 66% entre 2006 y 2010, y cuyo precio promedio de importación ha aumentado 27% en el mismo período. Las cuotas de mercado de los cinco mayores exportadores se alternan cada año. El precio no es una limitante para el ingreso de nuevos competidores, al contrario, solo Turquía vende por debajo del precio promedio del mercado.

4.24.1 Potencial para el producto peruano – Transporte por barco

Puesto que la partida arancelaria analizada incluye varios productos, es difícil determinar con precisión la competitividad de los productos peruanos con respecto al resto del mercado. Teóricamente, y considerando que Perú puede exportar con un precio CIF de 14,69 dirhams por kilo (4 USD), su cuota de mercado potencial en este rubro podría llegar a ser el 37% del total, correspondiente a las exportaciones de Reino Unido, Egipto y Luxemburgo. Esto equivale a 104 millones de dirhams o 28,3 millones de dólares.

Sin embargo, sería necesario investigar más detalladamente la segmentación de las estadísticas disponibles para entender la importancia de las diferentes marcas y lograr determinar con mayor precisión las posibilidades del producto peruano.

4.25 Caballa

El mercado de la caballa es dinámico, con un crecimiento de 65% entre 2006 y 2010, y una duplicación del precio promedio en el mismo período. En 2010 Tailandia perdió el liderazgo en beneficio de productores más costosos.

4.25.1 Potencial para el producto peruano – Transporte por barco

En este escenario de crecimiento y con un precio CIF poco más alto del promedio, Perú puede considerar como potencial cuota de mercado la de los países como Noruega, Reino Unido y Corea del Sur, que exportan con precios entre 2 y 5 veces superiores al promedio. Esta equivale a 590 mil dirhams o 160 mil dólares americanos.

4.26 Physalis - Aguaymanto

El mercado del aguaymanto en los Emiratos Árabes está totalmente dominado por el producto colombiano, el cual se importa también a través de Holanda. La partida arancelaria bajo la cual se registran las importaciones del producto comprende una serie de productos muy diferentes y es difícil lograr identificar el tamaño exacto del mercado actual de aguaymanto.

4.26.1 Potencial para el producto peruano – Transporte por avión

Comparando el precio promedio del producto FOB Perú y el precio promedio de las importaciones CIF de Colombia, se observa que el producto peruano es tres veces más caro que el colombiano. Esto indica que las posibilidades de competir son muy bajas en un mercado que ya es extremadamente reducido.

4.27 Café sin tostar no descafeinado

El mercado del café ha crecido 28% entre 2006 y 2010, mientras que el precio promedio de importación ha aumentado 48% en el mismo período. Esto ha abierto el mercado a productores latinoamericanos como Brasil, Nicaragua y México.

4.27.1 Potencial para el producto peruano – Transporte por barco

El precio CIF estimado del café peruano de 14,72 dirhams (4 USD) permitiría competir con Nicaragua y México por sus cuotas de mercado, que equivalen conjuntamente a 13,7 millones de dirhams o 3,7 millones de dólares.

4.28 Manteca de cacao

El mercado de la manteca de cacao se ha casi triplicado en los últimos cinco años, mientras que el precio promedio de importación ha subido 60%. Por otro lado, los cinco mayores exportadores siguen siendo los mismos y han mantenido sus cuotas de mercado respectivas con pocas variaciones. Esto quiere decir que el ingreso de nuevos competidores es más difícil en comparación con otros mercados.

4.28.1 Potencial para el producto peruano – Transporte por barco

El precio CIF estimado de la manteca de cacao peruana es inferior al precio promedio y es igual al precio de Malasia, que tradicionalmente representa entre el 5 y el 10% del mercado. Así que podemos afirmar que el potencial del mercado para Perú equivale al 10% del mercado, 12,3 millones de dirhams o 3,75 millones de dólares.

4.29 Cacao en polvo.

El mercado del cacao en polvo ha crecido 260% entre 2006 y 2010, al tiempo que el precio promedio aumentó en 160% debido al crecimiento de los precios internacionales. Malasia es el líder del mercado y viene ampliando su cuota cada año, a pesar de que su precio actual que es casi 4 veces superior al de 2006.

4.29.1 Potencial para el producto peruano – Transporte por barco

El precio CIF estimado del cacao peruano es parecido al precio de Indonesia e inferior al de Holanda y Alemania. Podemos inferir que la cuota potencial del mercado para Perú se ubica entre el 7% y el 26% del mercado, es decir, entre 1 y 4 millones de dirhams o 270 mil y un millón de dólares.

4.30 Conclusiones análisis de precios

El análisis anterior confirma el potencial de mercado para una serie de productos peruanos. Los que tienen mayor posibilidades en términos de valor absoluto son:

- Mango
- Mandarina
- Frijol fresco
- Café sin tostar
- Manteca de cacao

Otros productos ofrecen menores posibilidades en valor absoluto pero siguen siendo interesantes en términos relativos al mercado total. Este es el caso de:

- Limón
- Uva
- Fríjoles enlatados
- Aguacate
- Jurel conservado
- Cacao en polvo
- Concha de abanico
- Pota congelada
- Espárragos frescos
- Anchovetas conservadas

El caso de los demás chocolates y productos de cacao se debe considerar con cautela puesto que el potencial aparente del mercado es muy alto (104 millones de dirhams o 28,3 millones de dólares). Sin embargo, aunque Perú tiene precios más competitivos que Luxemburgo y Reino Unido, estos países exportan marcas reconocidas que tiene una dinámica de venta diferente. Por esta razón la determinación del verdadero potencial de mercado para el país es compleja y no se puede basar solo en la comparación de precios.

6. Previsiones de crecimiento para los productos peruanos identificados

Las variables más importantes que afectan el valor del mercado de importación a los EAU de los productos seleccionados son las siguientes:

- *Tasa de crecimiento de la población*
- *Tasa de crecimiento del PIB*
- *Tasa de crecimiento del flujo de turistas que visitan los Emiratos Árabes*
- *Tasa de crecimiento del consumo per cápita de alimentos, y en particular de frutas y vegetales.*

En los siguientes párrafos analizamos el desarrollo de estas variables en los últimos 5 años y lo comparamos con las expectativas de crecimiento de las mismas en el período 2012-2014. Usamos estas estadísticas para inferir diferentes escenarios de crecimiento de las importaciones de los productos seleccionados.

5.1 Tasa de crecimiento de la población

Gracias a tasas de crecimiento de población alrededor del 65% entre 1995 y 2005, los Emiratos son uno de los países del mundo con mayor expansión poblacional a nivel mundial¹⁰. Sin embargo, determinar la tasa de crecimiento de la población del país en los últimos cinco años, es decir, después del último censo de 2005, resulta difícil, puesto que los datos oficiales no coinciden con la mayoría de las estadísticas internacionales, y estas mismas no coinciden entre ellas.¹¹

Si tomamos como referencia las estadísticas de crecimiento de la población publicadas por la UNCTAD, podemos afirmar que la tasa de crecimiento promedio del período 2008-2010 ha sido 11,6% y que la tasa de crecimiento promedio esperada en el período 2012-2015 es de 1,6%.

Tabla 7. Crecimiento de la población de los Emiratos Árabes Unidos 2006-2015

Año	Población	Tasa de Crecimiento
2006	4.662.728	15%
2007	5.405.541	16%
2008	6.206.623	15%
2009	6.938.815	12%
2010	7.511.690	8%
2011	7.890.924	5%
2012	8.105.873	3%
2013	8.207.94	1%
2014	8.277.632	1%
2015	8.374.261	1%

Fuente: UNCTADStat

5.2 Tasa de crecimiento del PIB

Hasta 2009, los Emiratos Árabes fueron una de las economías de mejor desempeño en el mundo con una triplicación del PIB entre 1998 y 2008, pasando de 46.000 a 184.700 millones de dólares. En 2008 la economía creció 5.3% mientras que en 2009 el cayó 2.4%.¹²

La tasa de crecimiento promedio de la economía ha sido de 3.2% entre 2006 y 2010.¹³ Según las previsiones de *Economist Intelligence Unit*, el promedio de crecimiento del PIB en el período 2012-2015 será 4.7%.

¹⁰ Fuente: HSBC 2006 www.econresearch.net/admin/articles/1.pdf

¹¹ Las estadísticas oficiales publicadas en abril 2011 por el Departamento de Estadísticas de los Emiratos Árabes, indican que la población de total del país en 2010 era de 8.2 millones de personas; para el mismo año, las estimaciones de CIA son de 5.1 millones y las de *Economist Intelligence Unit* son de 5.6 millones (finales de 2008).

¹² CIA Factbook 2011, *Economist Intelligence Unit* 2011, IMF 2001

¹³ *Economist Intelligence Unit* 2011.

Tabla 8 - Crecimiento del PIB de Emiratos Árabes en 2010 – 2015

	2010a	2011b	2012 b	2013 b	2014b	2015b
PIB	1.4	3.6	4.7	5.0	5.8	6.2
Agricultura	-4.2	2.0	2.0	2.0	3.0	3.0
Industria	-0.6	3.6	4.3	4.7	5.2	5.5
Servicios	4.2	3.5	5.2	5.5	6.5	7.0

a Estimaciones de *Economist Intelligence Unit*. b Proyecciones de *Economist Intelligence Unit*.

5.3 Tasa de crecimiento del número de turistas en los Emiratos Árabes

El número de turistas que llegan a los Emiratos Árabes tiene un efecto directo en el consumo de alimentos, sobretodo en el sector HORECA. La tasa de crecimiento del número de turistas que visitaron el país entre 2005 y 2010 ha sido alrededor del 12% anual.

Según *Euromonitor International*, en 2010 llegaron a los Emiratos Árabes 9 millones de turistas. Con un crecimiento promedio esperado del 7% anual, se prevé que se alcancen los 13 millones de turistas en 2015.¹⁴

5.4 Tasa de crecimiento del consumo de alimentos per cápita

La Tabla 9 describe el consumo per cápita de frutas y vegetales en los Emiratos Árabes según *Euromonitor*. El crecimiento del consumo per cápita entre 2005 y 2010 alcanzó el 23-24%, y se pronostica que en el período 2010-2015 será de 11-12%.

Tabla 9 - Crecimiento consumo de alimentos per cápita en los Emiratos Árabes 1995-2020 (USD)

Categorías	1995	2000	2005	2010	2015	2020
Frutas	87.9	85	134.8	166	186.2	211.2
Tasa de Crecimiento				23%	12%	13%
Vegetales	114.3	103.1	162.8	202.1	224.4	252.4
Tasa de Crecimiento				24%	11%	12%
Total Alimentos	992.3	951.8	1,458.3	1,805.9	2,031	2,303.2
Tasa de Crecimiento				24%	12%	13%

Fuente Euromonitor 2010¹⁵

¹⁴ Source: Euromonitor International, "Tourism flows inbound in the United Arab Emirates," April 2011 y World Travel & Tourism Council, Economic Impact of Travel & Tourism 2011 – UAE.

¹⁵ Los datos de la tabla hacen parte de *The United Arab Emirates Consumer Behaviour, Attitudes and Perceptions Toward Food Products*, International Market Bureau, 2010

5.5 Tasa de crecimiento esperada de las importaciones de productos seleccionados en el sector frutas y vegetales.

Las proyecciones de crecimiento promedio de las importaciones de los productos seleccionados están basadas en la comparación entre las tasas de crecimiento del período 2005-2010 de las variables que afectan la demanda de importaciones, y las tasas de crecimiento esperadas de estas mismas variables en el período 2012-2015.

Se asumen también las siguientes hipótesis:

- *La demanda de importaciones del sector HORECA corresponde al 50% del total de los Emiratos.*
- *La demanda de importación del sector HORECA depende directamente de la llegada de turistas y del PIB del país.*
- *La demanda de importación de vegetales y frutas en el sector minorista dependen del consumo de la población interna y del crecimiento del PIB. La demanda interna se expande siguiendo el incremento del consumo per cápita y el crecimiento de la población.¹⁶*

Según el comportamiento de las variables que afectan la demanda de importaciones descrita en los párrafos anteriores, podemos afirmar lo siguiente:

- *La tasa de crecimiento de turistas que se estima llegarán a los Emiratos Árabes en el período 2011-2015 equivale al 58% del resultado en el período 2006-2010.*
- *La tasa de crecimiento promedio de la población estimada para el período 2012-2015 representa el 13% del mismo indicador en el período 2008-2011.*
- *La tasa de crecimiento del consumo per cápita de alimentos proyectada para el período 2011-2015 es aproximadamente la mitad de la registrada durante el período 2005-2010.*

En este escenario se pueden esperar tasas de crecimiento de las importaciones de alimentos y vegetales de los EAU entre el 50% y el 70% más bajas que las que se experimentaron en el período 2008-2010¹⁷.

Sin embargo, en el período 2011-2014, la tasa esperada de crecimiento promedio del PIB es 1.46 veces más alta de la del período 2008-2010 y esto debería contribuir a un mayor crecimiento de la demanda de importaciones. Por esta razón podemos delinear dos escenarios:

- *Pesimista, en el cual las tasas estimadas de crecimiento del PIB no se materializan y las tasas de crecimiento de las importaciones se afectan negativamente por la disminución en el ritmo de crecimiento de la población y de la llegada de turistas.*
- *Optimista, en el cual las tasas proyectadas de crecimiento del PIB se cumplen, influenciando positivamente la demanda de alimentos.*

¹⁶ Estas hipótesis no pretenden delinear un modelo macroeconómico sino como aproximaciones.

¹⁷ Es importante anotar que estas conclusiones dependen de las estadísticas que se decide usar con respecto a la tasa de crecimiento de la población.

La Tabla 10 describe las previsiones de valores importados en 2014 según los dos escenarios y está basada en el cálculo de las tasas proyectadas de crecimiento promedio según las aproximaciones siguientes:

- **Escenario Pesimista**

1. La mitad de la tasa de crecimiento de las importaciones totales del sector alimentos es directamente proporcional al crecimiento del sector HORECA, cuya expansión es directamente dependiente del incremento del flujo de turistas. Se estima que el aumento en el flujo de turistas en el período 2011-2014 equivaldrá al 58% de lo registrado entre 2008 y 2010.
2. La mitad de la tasa de crecimiento de las importaciones totales del sector alimentos es directamente proporcional a la expansión de la población y al incremento del consumo per cápita de alimentos. En el período proyectado se estima que la tasa de crecimiento de la población será el 13% de la tasa de crecimiento del período 2006-2010 y que el consumo per cápita de alimentos se incrementará a un ritmo equivalente a la mitad de su crecimiento entre 2006 y 2010.

- **Escenario Optimista**

1. La tasa promedio de crecimiento del PIB en el período estimado equivaldrá a 1.46 veces el promedio de crecimiento entre 2006 y 2010.
2. El resto de las variables siguen a los mismos niveles del escenario pesimista.

Tabla 10 - Previsiones de importaciones de productos seleccionados a EAU en 2014 (USD)

Código HS	Descripción código HS	2010	Var. media 2006-2010	Var. media esperada-pesimista	Valor esperado 2014 - pesimista	Var. media esperada-optimista	Valor esperado 2014 - optimista
0306130	Langostinos entero y colas de langostinos congelados y frescos	43,998,164	8%	5%	53,331,537	7%	57,729,073
	Variación Importaciones EAU	1.51%					
0307290	Concha de abanico congelado	831,048	26.27%	17%	1,554,266	24%	1,975,045
	Variación Importaciones EAU	98.58%					
0307490	Pota Congelada y no congelada	1,136,211	12.76%	8%	1,558,920	12%	1,770,931
	Variación Importaciones EAU	23.19%					
0708100	Arvejas frescas o refrigeradas	581,636	50.45%	33%	1,794,996	46%	2,672,324

Código HS	Descripción código HS	2010	Var. media 2006-2010	Var. media esperada-pesimista	Valor esperado 2014 - pesimista	Var. media esperada-optimista	Valor esperado 2014 - optimista
	Variación Importaciones EAU	160.38%					
0709200	Espárragos frescos o refrigerados	2,328,246	77.76%	50%	11,835,671	72%	20,152,459
	Variación Importaciones EAU	80.92%					
0710800	Espárragos y otros vegetales cocidos congelados	4,657,381	22.96%	15%	8,092,180	21%	10,023,242
	Variación Importaciones EAU	-8.00%					
0713390	Castilla (fríjol ojo negro) secos y los demás frijoles	8,853,060	32.29%	21%	18,867,820	30%	25,050,719
	Variación Importaciones EAU	12.30%					
0803000	Bananas o plátanos tipo "cavendish valery" frescos	47,380,247	24.12%	16%	84,486,370	22%	105,602,638
	Variación Importaciones EAU	20.51%					
0804400	Aguacates (paltas), frescas o secas	6,135,413	22.05%	14%	10,443,843	20%	12,842,779
	Variación Importaciones EAU	56.37%					
0804502	Mangos y mangostanes, frescos o secos	53,827,342	13.98%	9%	76,029,664	13%	87,326,683
	Variación Importaciones EAU	21.79%					
0805200	Mandarinas	29,869,072	26.63%	17%	56,312,443	24%	71,754,610
	Variación Importaciones EAU	60.44%					
0805501	Limón sutil fresco	34,334,611	33.04%	21%	74,363,445	30%	99,254,676
	Variación Importaciones EAU	30.27%					
0806100	Uvas frescas	51,060,476	19.54%	13%	82,094,028	18%	98,910,869
	Variación Importaciones EAU	26.24%					
0810901	Granada	13,815,749	19.80%	13%	22,346,133	18%	26,981,946
	Variación Importaciones EAU	-12.97%					
0811900	Mango y Maracuyá - pulpa congelada	804,794	55.99%	36%	2,762,191	51%	4,239,201
	Variación Importaciones EAU	-31.93%					
0813409	Las demás frutas y otros frutos secos	515,711	52.77%	34%	1,664,491	49%	2,510,327

Código HS	Descripción código HS	2010	Var. media 2006-2010	Var. media esperada-pesimista	Valor esperado 2014 - pesimista	Var. media esperada-optimista	Valor esperado 2014 - optimista
	- Aguaymanto						
	Variación Importaciones EAU	-52.90%					
0901110	Café sin tostar, sin descafeinar	16,303,974	8.17%	5%	20,021,707	8%	21,785,063
	Variación Importaciones EAU	38.21%					
0904200	Pimiento piquillo, paprika entera, o en trozos	9,311,465	13.59%	9%	13,032,314	13%	14,917,014
	Variación Importaciones EAU	12.64%					
1604130	Sardinas, preparadas o conservadas.	3,155,990	28.34%	18%	6,177,154	26%	7,971,994
	Variación Importaciones EAU	47.66%					
1604140	Atún, preparado o conservado.	28,910,201	24.83%	16%	52,372,948	23%	65,823,818
	Variación Importaciones EAU	42.21%					
1604150	Caballas, preparadas o conservadas.	402,140	25.44%	16%	738,513	23%	932,576
	Variación Importaciones EAU	-13.51%					
1604160	Anchovetas, preparadas.	255,747	27.41%	18%	490,484	25%	628,647
	Variación Importaciones EAU	26.71%					
1604200	Jurel y otras preparaciones de pescado	1,534,994	14.59%	9%	2,199,794	13%	2,540,484
	Variación Importaciones EAU	116.55%					
1804000	Manteca de cacao	33,658,148	30.68%	20%	69,297,754	28%	90,962,431
	Variación Importaciones EAU	46.90%					
1805000	Cacao en polvo sin azúcar ni otro edulcorante	4,436,918	35.63%	23%	10,148,923	33%	13,787,617
	Variación Importaciones EAU	132.38%					
1806900	Los demás chocolates y preparaciones alimenticias que contengan cacao	77,176,155	14.28%	9%	109,773,220	13%	126,416,551
	Variación Importaciones EAU	32.37%					
2005510	Fríjoles desvainados, preparados o conservados	7,609,028	109.12%	70%	64,128,561	100%	122,652,382
	Variación Importaciones EAU	-38.20%					
2005600	Espárragos preparados o	120,776	24.12%	16%	215,346	22%	269,162

Código HS	Descripción código HS	2010	Var. media 2006-2010	Var. media esperada-pesimista	Valor esperado 2014 - pesimista	Var. media esperada-optimista	Valor esperado 2014 - optimista
	conservados, sin congelar.						
	Variación Importaciones EAU	46.48%					
2008990	Mangos preparados o conservados y otras frutas	13,818,573	24.51%	16%	24,853,780	23%	31,158,944
	Variación Importaciones EAU	23.04%					



Tabla 11 – Previsiones de cuota potencial del mercado de productos seleccionados en EAU en 2014 (USD)

Código HS	Descripción Código HS	2010	Cuota potencial mercado productos de Perú	Valor esperado cuota productos peruano 2014 Escenario Pesimista	Valor esperado cuota productos peruano 2014 Escenario Optimista
0307290	Concha de abanico congelado	831,048	817,439	1,528,813	1,942,702
	Variación Importaciones EAU	98.58%			
0307490	Pota congelada y no congelada	1,136,211	1,117,166	1,532,791	1,741,248
	Variación Importaciones EAU	23.19%			
0708100	Arvejas frescas o refrigeradas	581,636	9,407	29,030	43,218
	Variación Importaciones EAU	160.38%			
0709200	Espárragos frescos o refrigerados	2,328,246	721,048	3,665,458	6,241,133
	Variación Importaciones EAU	80.92%			
0713390	Castilla (fríjol ojo negro) secos y los demás frijoles	8,853,060	4,517,977	9,628,802	12,784,117
	Variación Importaciones EAU	12.30%			
0804400	Aguacates (paltas), frescas o secas	6,135,413	232,970	396,567	487,658
	Variación Importaciones EAU	56.37%			
0804502	Mangos y mangostanes, frescos o secos	53,827,342	1,880,109	2,655,603	3,050,191
	Variación Importaciones EAU	21.79%			
0805200	Mandarinas	29,869,072	3,269,755	6,164,499	7,854,947
	Variación Importaciones EAU	60.44%			
0805501	Limón sutil fresco	34,334,611	817,439	1,770,446	2,364,963
	Variación Importaciones EAU	30.27%			
0806100	Uvas frescas	51,060,476	9,318,801	14,982,585	18,051,746
	Variación Importaciones EAU	26.24%			
0901110	Café sin tostar, sin descafeinar.	16,303,974	3,732,970	4,584,185	4,987,924
	Variación Importaciones EAU	38.21%			
0904200	Pimiento piquillo, paprika entera y en trozos.	9,311,465	530,128	741,966	849,267
	Variación Importaciones EAU	12.64%			
1604150	Caballas, preparadas o conservadas.	402,140	160,763	295,234	372,815
	Variación Importaciones EAU	-13.51%			

1604160	Anchovetas, preparadas.	255,747	245,232	470,318	602,800
	Variación Importaciones EAU	26.71%			
1604200	Jurel y otras preparaciones de pescado	1,534,994	1,198,910	1,718,154	1,984,251
	Variación Importaciones EAU	116.55%			
1804000	Manteca de cacao	33,658,148	3,351,499	6,900,300	9,057,553
	Variación Importaciones EAU	46.90%			
1805000	Cacao en polvo sin azúcar	4,436,918	1,089,918	2,493,059	3,386,895
	Variación Importaciones EAU	132.38%			
1806900	Los demás chocolates y preparaciones alimenticias que contengan cacao	77,176,155	28,337,875	40,307,006	46,418,176
	Variación Importaciones EAU	32.37%			
2005510	Frijoles desvainados, preparados o conservados	7,609,028	1,580,381	13,319,387	25,474,681
	Variación Importaciones EAU	-38.20%			
2005600	Espárragos preparados o conservados, sin congelar.	120,776	26,571	47,376	59,215
	Variación Importaciones EAU	46.48%			
2008990	Mangos preparados o conservados y otras frutas	13,818,573	3,433,243	6,174,954	7,741,480
	Variación Importaciones EAU	23.04%			

7. Análisis de producto: mayores exportadores, precios y promoción comercial.

La Tabla 12 resume y compara elementos de la estrategia comercial en los Emiratos Árabes de los mayores exportadores de los productos peruanos analizados. Las variables que se han considerado son las siguientes:

- Presencia de oficina comercial del país exportador en los Emiratos Árabes.
- Participación nacional en ferias locales de alimentos y bebidas.
- Organización de actividades promocionales específicas de los productos analizados.
- Presencia de oficinas de representación o empresas del sector alimentos en los Emiratos Árabes.
- Presencia local de agentes de cada país.

Tabla 12 – Estrategia comercial en EAU de países competidores

País	Presencia oficina comercial	Participación en ferias locales	Organización de promoción país - sector alimentos	Presencia directa de empresas sector alimentos	Presencia de agentes	Exp. totales a EAU en 2010 (USD)
India	Sí	Sí. 135 empresas en Gulfood	En ocasión de ferias	La mayoría de las empresas del sector alimentos en EAU son de capital indio.	A través de comercializadoras de India con quien tienen acuerdos.	99,794,518
Sudáfrica	Sí. Promoción turística y de exportaciones. Publicidad directa en medios.	Sí, 24 empresas en Gulfood.	Primera exhibición en EAU en 1992, desde entonces crecimiento exponencial del comercio.	Más de cien empresas tienen sede en EAU en diferentes sectores.	Contacto directo entre importador y exportador.	44,231,639
Filipinas	Sí, en la embajada.	En Gulfood participan con 22 empresas.	Sí. Promociones en los supermercados locales.	No hay empresas en el sector de alimentos.	Las empresas exportan directamente.	40,940,524
Pakistán	Una persona de la agencia de promoción comercial en el consulado.	35 empresas en Gulfood y SIAL ME.	Sí. Promoción del mango en Lulu y Carrefour. Otras promociones en su día nacional.	Decenas de empresas de origen pakistani, en particular comercializadoras de arroz, frutas y vegetales	Exportan directamente y con empresas pakistaníes de comercialización.	30,273,919
Indonesia	Sí. También existe el Indonesian Business Council.	Sí, con 9 empresas en Gulfood.	Sí. Solo en el centro de promoción en Dubai.	2 Empresas en alimentos y bebidas	Directamente o a través de importadores locales.	29,591,247
Tailandia	Oficina de promoción comercial en Dubai	Participan con 85 empresas en Gulfood y Sial ME	No organizan ningún evento para el sector alimentos en general.	1 empresa en el sector de comida de mar	Directamente y visita de compradores locales aTailandia.	28,660,630
Reino Unido	Sí, en Dubai y Abu Dhabi + sección comercial de la embajada. Cámara de Comercio Anglo-Árabe y British Business Council.	Sí, participa en Gulfood con alrededor de 30 empresas.	Sí. Eventos organizados con ocasión de misiones comerciales o ferias.	Compañía británicas del sector alimentos: restaurantes, franquicias, comercializadoras y productoras de alimentos.	Directamente, sobretodo productos procesados.	21,864,397
ESTADOS UNIDOS	Sí, en Abu Dhabi y Dubai. La Cámara de Comercio Americana y el American Business Council tienen oficina exclusiva de productos agrícolas.	Sí, siempre más de 50 empresas en Gulfood y SIAL ME	Sí. Promociones en supermercados y hoteles organizadas por los exportadores conjuntamente con el importador.	Más de cien en todos los sectores; 15 en el sector de alimentos y bebidas.	Importantes grandes tienen relación directa con exportador o tienen oficina de compras en los EEUU.	17,151,663
Egipto	Sí. Oficina Comercial y Egyptian Export Center.	Sí, más de 90 empresas en Gulfood. Participan en SIAL.	No se están realizando por el momento	Varias compañías locales tienen socios principales egipcios. No hay cifras confiables disponibles.	Contacto directo entre exportadores e importadores.	15,756,818
Kenia	En 1993 EAU era el primer exportador de productos a Kenia. Kenia Business Advisory Commitee que trabaja con la Embajada. No hay oficina comercial.	Exportadores de aguacates, mangos y maracuyá participan en Gulfood apoyados por USAID. Participación reducida a pocas empresas.	No hay promoción específica de los productos en los EAU.	No en el sector de alimentos y bebidas.	Las empresas exportan directamente a los importadores locales.	12,649,668
Italia	Sí, pero la oficina de promoción se integró con la embajada. Cámara	Sí, con alrededor de 120 empresas en Gulfood y 16 empresas en SIAL	Sí, organizadas sobre todo con los importadores locales y los supermercados.	Más de 30 empresas incluyendo restaurantes, comercializadores y	Exportación directa o por comercializadores italianos en EAU.	10,161,929

País	Presencia oficina comercial	Participación en ferias locales	Organización de promoción país - sector alimentos	Presencia directa de empresas sector alimentos	Presencia de agentes	Exp. totales a EAU en 2010 (USD)
	de Comercio Italiana, Cámara de Comercio de Milán e Italian Business Council.	ME.		productores.	Importadores consolidan embarques en Italia.	
Australia	La oficina comercial es muy activa en el sector de alimentos	Participan con 46 empresas en Gulfood	Sí. Degustación de productos australianos en hoteles (por ejemplo Al Bustan)	15, incluyendo las empresas de franquicia	Contacto directo y a través de empresas con capital australiano en los Emiratos.	9,518,857
China	No. Solo una oficina de promoción de maquinaria y electrónicos.	Participan con 140 empresas en Gulfood y 20 en SIAL ME.	No hay eventos específicos de promoción de alimentos. Los hay para otros sectores.	Hay más de 100 empresas China de alimentos en los Emiratos.	Directamente y a través de las comercializadoras chinas presentes en el mercado.	6,977,862
Holanda	La oficina comercial opera desde el Consulado.	Participan siempre con alrededor de 60 empresas en Gulfood	No ha habido promoción específica en el sector de alimentos.	5 empresas del sector alimentos y bebidas con oficina comercial en los Emiratos.	Empresas exportan directamente.	6,493,571
España	Oficina comercial y participación de representantes regionales.	145 empresas en Gulfood	Sí. Promoción en restaurantes y tiendas especializadas. Las empresas organizan promociones especiales con el importador.	Hay 179 empresas españolas en los Emiratos y 2 son del sector de alimentos.	Los exportadores tienen relación directa con los distribuidores.	5,890,679
Myanmar	No	Participación individual marginal	No	No	Directa a los importadores.	5,267,161
Vietnam	Sí. Oficina de promoción comercial en Al Ain Centre	Sí, participan con alrededor de 15 empresas.	Sí, organizan promoción de alimentos con ocasión de misiones comerciales.	5 empresas en el sector alimentos.	Contacto directo o a través de las empresas establecidas en EAU.	4,377,112
Chile	Sí, activa en la organización de misiones comerciales y promoción del país	Si, con 14 empresas.	Sí. Eventos de promoción durante visitas empresariales. Tienen programas de promoción específica en los supermercados.	No hay empresas de alimentos en los Emiratos. Hay solo una empresa chilena y es de ingeniería.	Los empresarios del sector agrícola exportan directamente a los importadores locales.	3,409,769
Bélgica	Oficinas comerciales diferentes de región Flandes y Valonia	Participan en Gulfood con 36 empresas de ambas regiones	No organizan eventos promocionales para los alimentos	No hay empresas de Bélgica pero son activos en franquicias con inversionistas locales	Exportan directamente	3,249,081
Francia	Sí. Hay también el Abu Dhabi-France Business Promotion Office y el French Business Council	Sí. Más de 60 empresas en Gulfood y 4 en SIAL ME.	Sí. Promoción organizada por empresas con sede en EAU e importadores, y por Oficina Comercial en ferias o eventos.	13 empresas	Contacto directo o a través de empresas francesas en EAU. Carrefour importa directamente.	2,781,501
Sri Lanka	El consulado es activo en promoción de exportaciones. El Sri Lanka Business Council también promueve exportaciones	Participa en Gulfood con 15-20 empresas.	Se organizan eventos de promoción con ocasión de misiones comerciales.	Hay más de 10 comercializadoras, importadores de té y restaurantes en los Emiratos	Contacto directo o a través de empresas establecidas en EAU.	1,762,461
México	Sí. Representante comercial en el consulado se trasladó a Abu Dhabi en 2011	Pequeña participación de menos de 5 empresas en Gulfood	En ocasión de ferias comerciales	Restaurantes y franquicias	Contacto directo o a través de comercializadoras en EEUU.	1,391,009
Canadá	Sí. También Servicios especiales para el sector	Participan con 37 empresas en Gulfood	Se organizan eventos de promoción en ocasión de misiones comerciales y para	9 compañías	Exportan directamente a comercializadores locales.	1,234,318

País	Presencia oficina comercial	Participación en ferias locales	Organización de promoción país - sector alimentos	Presencia directa de empresas sector alimentos	Presencia de agentes	Exp. totales a EAU en 2010 (USD)
	agroindustrial		Gulfood			
Corea del Sur	Sí	No	No	No	Exportadores en contacto directo con importadores locales.	813,154
Ecuador	No hay oficina comercial de Ecuador en los Emiratos	Participaron en Gulfood por primera vez en 2008. Pequeña delegación.	No	No	Exportadores en contacto directo con importadores locales que a veces compran de oficinas en EEUU.	598,343
Belice	No	No	No	No	Directamente o través de oficinas de compras en EEUU.	596,922

El análisis cualitativo de la tabla anterior nos lleva a las siguientes conclusiones/indicaciones:

- Más del 95% de las importaciones de los productos analizados proviene de países que tienen un agregado comercial en la embajada o un representante de la entidad de promoción comercial de su país.
- Los países más activos en términos de promociones especiales de los productos nacionales en supermercados y hoteles han incrementado su presencia en el mercado en los últimos años. Es el caso de Sudáfrica, Filipinas, Italia, Australia y Canadá.
- La participación en Gulfood es necesaria para obtener resultados importantes en el mercado de los Emiratos Árabes.
- Los países que exportan los volúmenes más altos de productos son India y Pakistán, que tienen una presencia sustancial de empresas de alimentos y bebidas en los Emirato Árabes, las cuales importan casi exclusivamente de su país de origen. Sin embargo, el ejemplo de Filipinas es muy importante, puesto que es el tercer exportador de los productos seleccionados, aunque no haya empresas filipinas de alimentos en el país. Esto quiere decir que la presencia directa de comercializadores/productores nacionales en los Emiratos Árabes no es condición esencial para la exportación exitosa de los productos seleccionados.
- La mayoría de las importaciones tiene lugar directamente entre los importadores/distribuidores locales y los exportadores internacionales. En algunos casos, en particular para las importaciones de productos procedentes de América Latina, las importaciones se hacen desde oficinas de compras en los EE.UU. o a través de exportadores holandeses. De todas maneras, la relación directa entre exportador e importador/distribuidor es lo más común.

7.1 Sugerencias para la promoción de productos peruanos en los Emiratos Árabes

Con base en las experiencias de los países más activos en promoción comercial y que han obtenido los mejores resultados en términos de crecimiento de sus exportaciones a los Emiratos Árabes, podemos sugerir lo siguiente.

Promoción directa:

- *La participación en Gulfood es necesaria para las empresas que quieran establecer su presencia en el mercado y, sobre todo, para Perú, pues los importadores comenzarían a identificar al país como un proveedor de alimentos potencial.*
- *Organización de misiones comerciales trayendo al mercado prioritariamente a los proveedores de los productos que se han identificado en este documento como los más competitivos. La ventaja en términos de precios puede abrir las puertas de los importadores para que se interesen más en la producción del Perú en general.*
- *Organización de promociones en cadenas de supermercados durante unos días, enfocadas en la marca Perú en general, con posibilidad de degustación de todos los productos peruanos presentes en el supermercado (uva, espárragos, café, frijoles y otros que se importen en el futuro).*
- *Organización de misiones de compradores a Perú.*

Promoción indirecta:

- *Organización de festival de comida peruana en cooperación con un hotel o una cadena de hoteles, en cooperación con importadores.*
- *Organización de comidas privadas en la residencia del Cónsul de Perú con mayores importadores para la introducción de la comida peruana en general y de unos productos en particular.*
- *Alternativamente, invitación a los mayores importadores por parte del representante de la Oficina Comercial a comidas preparadas con productos peruanos en algunos de los mejores restaurantes de la ciudad. Los importadores deberían ser invitados de manera individual y con otros invitados que no son parte del mercado.*

8. Cadenas de comercialización y actores más importantes

Los productos alimenticios importados a los Emiratos Árabes pueden seguir cuatro diferentes tipos de cadenas de comercialización, a saber:

- a. Importadores → Distributores / Mayoristas → Tiendas Minoristas y HORECA
- b. Importadores distributores → Tiendas Minoristas y HORECA
- c. Importadores/Mayoristas → Re-exportadores → Distribuidores en el Golfo
- d. Supermercados e Hipermercados importadores directos de sus propio productos
- f. Importadores/distributores que tienen también su cadena de supermercados y distribuyen → Otras tiendas minoristas y HORECA.

Las contrapartes más relevantes para los exportadores peruanos son los importadores, que distribuyen directamente a las tiendas minoristas, al sector HORECA y las grandes cadenas de supermercados, quienes importan directamente para sus tiendas y que distribuyen a otros supermercados (b, d, f) .

8.1 Importadores y mayoristas. Selección de los operadores más interesantes para los productores peruanos.

Según los datos de la Cámara de Comercio de Dubai, hay 808 empresas que comercializan frutas y vegetales en este emirato, 13 que empacan legumbres y vegetales, 209 que comercializan pescado fresco y congelado, 21 comercializadoras de pescado y comida de mar, y 2032 comercializadoras de alimentos y bebidas en general.

Los criterios utilizados para la selección de los 20 importadores y distributores más relevantes para los exportadores peruanos han sido los siguientes:

1. *Las compañías seleccionadas importan o comercializan actualmente por lo menos tres de los productos identificados en la primera parte de este estudio.*
2. *Estas empresas son reconocidas en el mercado por su posición en la venta al público o como los más grandes proveedores de cadenas de supermercados y hoteles.*
3. *Las importaciones anuales de estas compañías son superiores a mil toneladas.*
4. *Las compañías seleccionadas están establecidas en el mercado desde hace más de 10 años.*
5. *Se ha dado una preferencia a las empresas que ya están importando también desde América Latina.*

Los mayores importadores de alimentos en los Emiratos Árabes son también distribuidores de estos productos, y se ocupan tanto de los procesos de importación, como de la entrega de los productos a los supermercados y a las cadenas de hoteles y restaurantes en todos los emiratos.

Algunos de estos importadores son también re-exportadores y cubren países del Medio Oriente, en particular Bahréin, Irán, Qatar, Kuwait y Arabia Saudita. El anexo III contiene el listado completo de los importadores que se han seleccionado.

Entre las compañías descritas en el Anexo III las empresas seleccionadas para las entrevistas directas y la compilación de los perfiles de los compradores son las siguientes:

- *Federal Foods* : Importador y distribuidor de productos procesados
- *Truebell*: Importador y distribuidor de productos procesados
- *Al Jaleel Trading*: Importador y distribuidor de productos frescos y procesados
- *Shokri Trading*: Importador y distribuidor de frutas y vegetales
- *Barakat*: Importador y distribuidor de frutas y vegetales
- *Unifrutti*: Importador y distribuidor de frutas y vegetales
- *Farzana Trading* : Importador y distribuidor de frutas y vegetales
- *Abduallah Al Khattal* : Importador y distribuidor de frutas y vegetales
- *Kibson*: Importador y distribuidor de frutas y vegetales
- *Yalda Trading* : Importador y distribuidor de frutas y vegetales
- *Mahraba*: Importador y distribuidor de frutas y vegetales
- *East Fish*: Importador, Distribuidor y Procesador de Pescado
- *Deep Sea Food*: Importador, Distribuidor y Procesador de Pescado
- *Coffee Planet*: Importador y procesador de café

Junto con las empresas indicadas, los perfiles de las compañías locales incluyen los de las cadenas de supermercados descritas en el párrafo siguiente, que son también importadores y distribuidores, en particular:

- *Spinney's*
- *Choitram*
- *EMKE Group*
- *Al Maya Group*

7.2 Cadenas de supermercados

Entre los operadores más relevantes para los exportadores peruanos hay que incluir las cadenas de supermercados e hipermercados que importan directamente del exterior.

La Tabla 13 describe las principales cadenas de supermercados en los Emiratos Árabes que tienen más de 4 puntos de venta en el país y sus hábitos de compra.

Entre las cadenas de supermercados que son también importadores las más relevantes para los productos peruanos son:

- *Al Maya Group*
- *Spinney's*
- *Choitram*
- *Lulu – Emke*

Tabla 13 - Supermercados e hipermercados en los EAU en 2011

Empresa	Nacionalidad de los dueños	Tamaño relativo	Puntos de venta	Zonas	Categoría de compras
Abela Stores	Emiratí	Pequeño	4	Abu Dhabi, Al Ain	Importador/compra localmente/mayorista
Abu Dhabi Co-op	Emiratí	Medio	17	Abu Dhabi, Sharjah	Importador/compra localmente
Al Maya Group	India	Grande	36	Regional	Importador/compra localmente/distribuidor
Al Safeer Group	India	Grande	35	Regional	Compra localmente / pequeño importador
Aswaaq	Emiratí	Pequeño	7	Local	Compra localmente
Carrefour / MAF Supermarkets	Emiratí	Grande	40	Regional	Compra localmente / importa
Carrefour Express	Emiratí	Medio	19	Regional	Compra localmente / importa
Cooperative Societies	Emiratí	Grande	76*	EAU	Directo
Emirates Co-op	Emiratí	Pequeño	8	EAU	Importador/compra localmente
EMKE Group (Lulu / Al Falah / Emirates General Market)	India / Emiratí	Grande	39	EAU	Importador/compra localmente
Geant / Le Marche	Emiratí	Grande	4	Dubai	Compra localmente
Lebanese Fruit Co. (LIFCO)	Libanés / Emiratí	Medio	4	EAU	Importador/compra localmente/distribuidor
Park n' Shop	India	Pequeño	3	Dubai	Importador/compra localmente/distribuidor
Safestway / Giant Supermarket	Emiratí / India	Pequeño	15	Regional	Importador/compra localmente/mayorista
Spinney's Dubai	Emiratí	Grande	45	Regional	Importador/compra localmente/mayorista
T Choithram & Sons (TCS)	Emiratí	Grande	25	Regional	Importador/compra localmente/distribuidor

MERCADO DE ALIMENTOS DE LOS EMIRATOS ÁRABES UNIDOS - 2011**9. Resumen del capítulo dos**

Hasta 2009, los Emiratos Árabes fueron una de las economías de mejor desempeño en el mundo con una triplicación del PIB entre 1998 y 2008, pasando de 46.000 a 184.700 millones de dólares. En 2008 la economía creció 5.3% mientras que en 2009 el cayó 2.4%.¹⁸

La tasa de crecimiento promedio de la economía ha sido de 3.2% entre 2006 y 2010.¹⁹ Según las previsiones de *Economist Intelligence Unit*, el promedio de crecimiento del PIB en el período 2012-2015 será 4.7%.

Tabla 1 - Crecimiento del PIB de Emiratos Árabes en 2010 – 2015

	2010a	2011b	2012 b	2013 b	2014b	2015b
PIB	1.4	3.6	4.7	5.0	5.8	6.2
Agricultura	-4.2	2.0	2.0	2.0	3.0	3.0
Industria	-0.6	3.6	4.3	4.7	5.2	5.5
Servicios	4.2	3.5	5.2	5.5	6.5	7.0

a Estimaciones de *Economist Intelligence Unit*. b Proyecciones de *Economist Intelligence Unit*.

El sector de alimentos y bebidas de los Emiratos Árabes ha venido creciendo en los últimos 10 años a una tasa muy superior a la de la economía, reflejando el ritmo acelerado de expansión de la población (que se duplicó entre 2000 y 2010), el incremento del turismo (que creció el 127% en el mismo período), y el crecimiento de la industria del transporte aéreo, que en la última década convirtió al país en el centro regional de la aviación civil, generando una creciente demanda de servicios de suministro de alimentos preparados (*catering*).

Según lo indicado en el capítulo 2, se calcula que más del 85% del consumo local es de productos importados. En 2010 las importaciones de alimentos y bebidas fueron de 10.800 millones de dólares. La producción local de alimentos se estima en US\$3.800 millones al año y las exportaciones anuales del país alcanzan los US\$1.850 millones, mientras que las re-exportaciones llegan a US\$2.200 millones.

El capítulo 3 describe los canales de distribución y comercialización del mercado. El comercio al detal representa entre el 50 y el 60% del total y está dominado por cadenas de hipermercados y supermercados (435 en todo el país) localizados en las ciudades. En las zonas rurales el comercio al detal se realiza en tiendas independientes (4,200 en todo el país) que venden todo tipo de alimentos y productos de primera necesidad.

Las cooperativas representan el 30% de las ventas al detal y tienen 80 puntos de venta. Cada cooperativa opera únicamente en su emirato y no tiene presencia en el resto del país.

El sector HORECA representa entre el 40 y el 50% del consumo total de alimentos y bebidas. La demanda de este sector proviene de las siguientes fuentes:

¹⁸ CIA Factbook 2011, *Economist Intelligence Unit* 2011, IMF 2001

¹⁹ *Economist Intelligence Unit* 2011.

- de los hoteles (en 2010 hubo más de 8.295.132 turistas en Dubai en 578 hoteles y apartahotels).²⁰
- del catering institucional, principalmente ligado a la alimentación de los trabajadores del sector de la construcción y petrolero.
- de los restaurantes en los aeropuertos (en 2010 más de 50 millones de personas llegaron a los aeropuertos de los Emiratos Árabes)²¹.

El mercado es muy variado, debido tanto a la demanda de turistas, como a la diversidad cultural y étnica de la población de los Emiratos Árabes, donde los consumidores árabes locales representan solo el 15% del total, como se indica en el capítulo 4 del documento. La población está conformada en su mayoría por extranjeros provenientes de India, Asia y Occidente, quienes requieren los productos que consumen en sus países de origen, generando oportunidades a los exportadores de todas parte del mundo.

Entre los datos sobresalientes del consumo local se resalta lo siguiente:

- El consumo de carne en 2009 fue 1,8 veces más grande que el promedio mundial. Esto se debe al alto poder adquisitivo de los consumidores y a la demanda atípica de los hoteles.²²
- Las frutas y vegetales representan el segmento más grande de alimentos consumidos, con el 35% del total.
- El mercado de los productos lácteos (que equivale a más de 700 millones de dólares)²³ es dominado por el yogurt y el queso fresco, que representan el 34.4% de este segmento.

El capítulo 5 describe las reglas y procedimientos aduaneros para la importación de alimentos a los Emiratos Árabes, con particular énfasis en los requisitos de las etiquetas. Se resalta que en julio de 2010 cinco toneladas de productos alimenticios fueron destruidas por la Municipalidad de Abu Dabi por que no cumplían con los requisitos para su comercialización en el país.

El documento se concluye con el listado de contactos institucionales del sector que son relevantes para completar los procedimientos aduaneros y de importación. Cabe anotar, sin embargo, que corresponde al importador ejecutar todos los procedimientos en el país indicando qué tipo de documentos y muestras se necesitan para poder ingresar cada tipo de producto a los Emiratos Árabes.

10. Análisis de la oferta

9.1. Producción local

La demanda de alimentos y bebidas se abastece sobre todo de las importaciones, que representan alrededor del 85% del total consumido en el país.²⁴

²⁰ Fuente: Department of Tourism and Commerce Marketing – Dubai 2011

²¹ Fuente: Dubai Airport

²² Fuente: Alpen Capital, GCC Food Industry Report, Junio 2011

²³ Fuente: Director de Compras del Grupo Al Maya, Diciembre 2011

El restante 15% del mercado es suplido por la producción local de frutas y vegetales, y por la industria local de alimentos procesados. Desde 1994, de hecho, el gobierno ha invertido cerca de 360 millones de dólares en el desarrollo de empresas manufactureras locales. En este momento hay más de 350 empresas procesadoras de alimentos, que representan el 9% del total de empresas manufactureras en el país.²⁵ En 2008 se estimaba que la industria local de alimentos producía alrededor de 3 mil millones de dólares y crecía en promedio 11% al año.²⁶

La industria local produce:

- *Bebidas (jugos de frutas, bebidas energéticas)*
- *Pasabocas*
- *Alimentos preparados de vegetales y carne*
- *Productos lácteos*
- *Confitería*
- *Pasta y pan*
- *Pescado procesado*

En promedio el 60% de la producción local se exporta mientras que el 40% se vende localmente.²⁷ Los destinos de las exportaciones son principalmente en la región. Sin embargo, varias compañías exportan también a Europa, a EE.UU. y al Sudeste Asiático.

Cabe mencionar que la producción interna depende en gran medida de las importaciones de ingredientes e insumos de otros países. Por ejemplo, para la producción de un pollo apanado se calcula que los Emiratos Árabes importan 14 ingredientes procedentes de 11 países diferentes.²⁸

En cuanto a la producción agrícola, el país produce algunos vegetales como tomates, calabacín, berenjena, lechuga y pimentón verde. Parte de los huevos y el pollo son también de origen local. El cultivo y procesamiento de los dátiles está muy desarrollado en el país.

En los últimos 4 años se ha incrementado la importancia de la producción de vegetales orgánicos. La producción representa todavía un valor muy limitado pero, gracias a las estrictas regulaciones del gobierno en términos de uso de pesticidas, el cultivo de estos productos se está expandiendo.

El papel del gobierno - Control de precios y abastecimiento agrícola

Considerada la fuerte dependencia de los Emiratos Árabes de las importaciones de alimentos, el gobierno ha venido creando una serie de programas y tomando medidas puntuales para contrarrestar la inflación causada por el incremento de los precios de los alimentos a nivel internacional.

²⁴ Fuente: RAK Investment Authority 2010, Investment Opportunities in Food Sector in Ras Al Khaimah(UAE).

²⁵ Fuente: Dubai Exports 2010 Biscuits and Wafer Production, Export Capability, 2010

²⁶ Fuente: Rak Investment Authority 2010, Investment Opportunities in Food Sector in Ras Al Khaimah (UAE).

²⁷ Según Dubai Export 2011, la relación entre producción exportada y producción consumida localmente es 60-40. Sin embargo no hay datos precisos al respecto. En el caso en el que la relación exportación/consumo local fuera 40/60 la producción local total se estimaría en 4,600 millones de dólares. El único dato estadístico concreto, de hecho, es el de las exportaciones, que en 2010 sumaron 1850 millones de dólares.

²⁸ Fuente: *Imports raise food security flag in UAE*, The National, Mayo 21, 2011.

Ante todo, una medida importante de control de precios ha sido la eliminación del arancel para los productos de consumo de primera necesidad, como el arroz, la carne, los vegetales y las frutas. Adicionalmente el gobierno interviene a nivel comercial en el control de precios al detal de productos esenciales. En junio 2011 se anunció un esquema de control de precios a través de acuerdos con los mayores establecimientos comerciales del país (Carrefour, Lulu y Spinney's).

Por el lado de la producción, el gobierno ve el aumento de la manufactura nacional e internacional como una vía efectiva de disminución de precios como resultado del incremento de la oferta. Por un lado el gobierno de los Emiratos Árabes ha invertido en el desarrollo de la industria de alimentos local (la industria de alimentos recibe alrededor del 46% de la inversión total en industrias diferentes del petróleo²⁹) y ha sido su política apoyar el desarrollo del sector agrícola a través del suministro gratuito de fertilizantes, semillas y otros insumos.

Con el propósito de hacer más atractiva la actividad agrícola, el gobierno compra los dátiles y el forraje a un precio de sostenibilidad garantizado en algunos de los emiratos.

Por otro, el gobierno ha siempre considerado que el desarrollo de la producción agrícola en los países africanos y, en particular, del Cuerno de Africa, traería beneficios a los mismos Emiratos Árabes³⁰.

A través del *Abu Dhabi Fund for Development*, a lo largo de los últimos 35 años el gobierno de Abu Dhabi ha venido facilitando millones de dólares en préstamos y donaciones para proyectos agrícolas, de irrigación y recuperación de tierras en países como Sudán, Yemen, Mali, Burundi, Mauritania, Cabo Verde, Túnez y Marruecos.³¹ Recientemente, ha anunciado planes para invertir en 30.000 hectáreas de terreno agrícola en Sudán, con la intención de iniciar la producción de forraje y maíz, y luego desarrollar cultivos de trigo y papa.

La importancia que tiene para el gobierno alcanzar la seguridad alimenticia tiene efectos importantes en el sector privado. En los últimos años varios fondos de inversión locales han invertido en terrenos agrícolas en Pakistán, Marruecos y Rumania.

10.2 Importaciones

Las importaciones totales de los Emiratos Árabes en 2010 fueron 132 mil millones de dólares. Los productos más importados fueron oro y joyería, maquinaria, equipos electrónicos, vehículos, aviones y materiales plásticos.

Tabla 2 - Importaciones totales de los EAU 2006-2010 (Miles de millones de dólares)

2006	2007	2008	2009	2010
79.3	105.8	154.1	121.9	132.2

Fuente: National Bureau of Statistics – UAE 2011

²⁹ Fuente: World Food Day marked (Media Report), Departmente of Economic Development Abu Dhabi, Octubre 17 2011

³⁰ Fuente: World Food Day marked (Media Report), Departmente of Economic Development of Abu Dhabi, Octubre 17, 2011

³¹ Fuente: Abu Dhabi Fund for Development www.adfd.ae/projects/prosearch/default.aspx

Tabla 3 - Crecimiento de las importaciones totales de los EAU (2006-2010)

2006	2007	2008	2009	2010
14.9%	25%	31.3%	-26.4%	7.8%

Fuente: National Bureau of Statistics – UAE 2011

Tabla 4 - Principales rubros de importación de los EAU – 2010

Industria	Valor importado USD miles	% de importaciones totales
Joyería, Oro, Diamantes	24,701,614	17.98
Maquinaria	19,798,632	14.41
Aparatos Eléctricos	17,070,349	12.43
Vehículos de Transporte	7,021,330	5.11
Artículos de Hierro	4,801,622	3.5
Hierro y Acero	2,870,033	2.09

Fuente: Comtrade UN 2011

Los mayores socios comerciales de los Emiratos Árabes son India, China, EE.UU., Alemania y Japón.

Las importaciones de alimentos representan el 7.68% del total importado.

Importaciones desde Perú

Las importaciones de los Emiratos Arabes desde Perú han venido creciendo en los últimos 5 años. En el 2010 los EAU importaron 14 millones de dólares de Perú, casi el doble del valor importado en el 2009.

Tabla 4B - Importaciones totales desde Perú 2006-2010

Año	Valor AED	Valor USD
2010	51,713,237	14,078,333
2009	27,564,391	7,504,088
2008	22,676,458	6,173,404
2007	18,825,123	5,124,923
2006	13,242,666	3,605,163

Fuente: UAE National Bureau of Statistics

Como lo indica la tabla 4B, los mayores rubros de importación de los Emiratos Árabes desde Perú son:

- Confecciones
- Vidrio y productos de vidrio
- Vegetales
- Explosivos

Tabla 4C – Composición de las importaciones desde Perú en 2010

Capítulo Arancelario	Descripción	Valor en AED	Valor en USD
04	Productos lácteos y de origen animal	162,647	44,279
05	Misceláneo Productos de origen animal	7,460	2,031
06	Árboles, plantas y partes de ellas	51,683	14,070
07	Vegetales	8,332,816	2,268,513
08	Frutas	674,119	183,521
09	Café	1,953	532
10	Cereales	71,586	19,488
12	Semillas para aceites	544,703	148,289
17	Azúcar	9,620	2,619
19	Preparaciones de cereales, harina o leche	93,001	25,318
20	Preparaciones de vegetales y Frutas	579,995	157,897
21	Preparaciones de alimentos mis.	88,298	24,038
25	Sal, cemento y otros materiales de construcción.	12,029	3,275
28	Químicos inorgánicos y compuestos de metales preciosos.	219,528	59,764
32	Extractos, pintura, tintas	257,805	70,184
33	Aceites esenciales y cosméticos	464,071	126,338
34	Preparaciones para lavado, ceras para dientes	6,486	1,766
36	Explosivos	3,661,464	996,791
40	Caucho y artículos de caucho	365	99
42	Productos de piel y productos para viajes	20,020	5,450
43	Pelo de animales y pelo artificial	7,557	2,057
44	Madera y artículos de Madera	3,015	821
48	Papel y cartón	5,817	1,584
49	Productos de la industria tipográfica	923	251
52	Algodón	457,323	124,501
54	Filamentos artificiales	976	266
55	Fibras básicas artificiales	1,363	371
61	Confección tejida	13,321,167	3,626,534
62	Confección no tejida	5,798,584	1,578,598
63	Otros artículos de textil	239,676	65,249
64	Zapatos, polainas y partes	127,525	34,717
68	Artículos de piedra, cemento y amianto	75,161	20,462
69	Productos de cerámica	2,077	565
70	Vidrio y artículos de vidrio	15,293,699	4,163,533
73	Artículos de hierro o acero	11,212	3,052
80	Plomo y artículos hechos en plomo	777,165	211,574
83	Misceláneo productos hechos con metal	3,692	1,005
84	Maquinaria	30,272	8,241
87	Vehículos	153,007	41,654
90	Instrumentos médicos	7,868	2,142
92	Instrumentos musicales	280	76
94	Muebles	49,889	13,582
95	Juguetes y juegos	13,467	3,666
96	Misceláneo de productos manufacturados	68,602	18,676
97	Piezas de arte	2,816	767
TOTAL		51,712,782	14,078,209

Fuente: UAE National Bureau of Statistics

Importaciones del sector alimentos

Tabla 5 - Importaciones del sector alimentos y bebidas de los EAU en 2010

Sector	Participación en total importado	Valor importado 2010 (USD)
Productos vegetales	4,16%	5,5 millones
Alimentos, bebidas, bebidas alcohólicas y tabaco	2,15%	2,8 millones
Otros alimentos (carne, leche, huevos, pescado etc)	1,79%	2,3 millones

Fuente: National Bureau of Statistics – UAE 2011

Las importaciones totales de alimentos y bebidas de los Emiratos Árabes en 2010 fueron de 10.800 millones de dólares, según las cifras del *National Bureau of Statistics*.

Contrariamente a las importaciones totales, que disminuyeron entre 2008 y 2009, las importaciones de alimentos (excluyendo la carne)³² crecieron el 6% en el mismo período, y el 11% entre 2009 y 2010.

Tabla 6 - Mayores exportadores de alimentos y bebidas a los EAU - 2010 Sección HS 02 Vegetales

Posición país	País	Participación sobre el total importado	Valor importado (USD)
1	India	25%	1,391,284,066
2	Estados Unidos	8%	461,394,185
3	Pakistán	8%	414,559,100
4	Canadá	6%	335,874,340
5	China	5%	268,553,255
15	Argentina	1,41%	77,646,745
19	Guatemala	1,21%	66,774,577
25	Chile	0,79%	43,529,136
32	Brasil	0,44%	24,211,675
51	Nicaragua	0,06%	3,185,406
54	Perú	0,05%	2,634,593
66	Colombia	0,02%	2,634,593

Fuente: National Bureau of Statistics – UAE 2011

Perú representa el 0,05% de las importaciones totales de vegetales de los Emiratos Árabes.

Tabla 7 - Mayores exportadores de alimentos y bebidas a los EAU - 2010 Sección HS 04 Alimentos procesados

Posición País	País	Porcentaje del Total Importado	Valor Importado (USD)
1	USA	11,6%	329,134,533
2	Alemania	6,6%	186,564,259
3	Arabia Saudita	6,5%	183,725,332
4	Reino Unido	5,5%	156,652,499
5	Holanda	5,2%	149,594,775
7	Brasil	4,05%	115,049,262
26	Argentina	1,17%	33,275,249
49	México	0,15%	4,335,943
53	Colombia	0,13%	3,709,515
59	Chile	0,096%	2,743,033
63	Guatemala	0,035%	993,315

³² Si se incluye la carne las importaciones de alimentos decrecieron 4,9%

69	Cuba	0,032%	933,117
72	Ecuador	0,025%	736,852
73	R. Dominicana	0,022%	635,027
88	Perú	0,007%	209,887

Fuente: National Bureau of Statistics – UAE 2011

Los principales socios de importación del país en el sector de alimentos y bebidas procesados son India, Pakistán, EE.UU., Canadá y China.

Perú representa el 0.007% de las importaciones totales de alimentos y bebidas procesados de EAU.

10.3 Exportaciones

Tabla 8A - Exportaciones totales de EAU en 2010 excluyendo el petróleo (USD)

País	% Sobre el total de exportaciones	Valor exportado 2010 (USD)
India	33.66	7,620,650,304
Suiza	16.15	3,656,260,813
Arabia Saudita	4.51	1,020,033,975
Brasil	3.51	793,518,298
Irán	3.26	737,499,331
Noruega	3.15	713,685,563
Pakistán	2.53	572,395,343
Omán	2.19	495,441,342
Qatar	2.19	495,345,337
Kuwait	2.01	454,365,634
Iraq	2.00	452,269,549
Egipto	1.50	338,883,715
China	1.19	269,973,569
EE.UU.	1.17	264,729,459
Bahréin	1.09	246,591,327
Yemen	0.89	202,502,983
Singapur	0.74	166,779,749
Hong Kong	0.74	166,631,034
Italia	0.73	165,562,277

Turquía	0.71	159,691,694
Reino Unido	0.69	157,101,590
Sudán	0.65	146,823,669
Líbano	0.61	138,415,534
Argelia	0.56	127,488,429
Marruecos	0.55	123,834,017
Los demás países	13.03	2,950,497,488
TOTAL	100.00	22,636,972,023

Fuente: National Bureau of Statistics, 2011.

Los principales productos exportados por los Emiratos Árabes, exceptuando el petróleo, son oro, partes de maquinaria, productos de aluminio, plásticos, equipo y material eléctrico. Los destinos más importantes para las exportaciones diferentes al petróleo son India, Suiza, Arabia Saudita, Irán, Brazil, Pakistán.

Exportaciones de alimentos

Las exportaciones de alimentos representaron alrededor del 8% del total exportado en 2010. Los países del Gulf Cooperation Council (GCC- Arabia Saudita, Bahrén, Qatar, Omán y Kuwait) son el destino más importante de las exportaciones de alimentos de los Emiratos Árabes.

Dubai exporta alrededor de 1.850 millones de dólares en alimentos y re-exporta más de 2.000 millones de dólares.³³ Asumiendo que el 60% de la producción local es exportada³⁴, se puede estimar que el valor total de la producción local es 3.800 millones de dólares.³⁵

Azúcar y confitería están entre los productos más exportados. Otros productos importantes son aceite y grasas, preparaciones de frutas y vegetales, y cacao.

Entre los factores de éxito de la industria local podemos indicar:

- *Tamaño creciente del mercado local durante la mayor parte de la última década.*
- *Posibilidad de importar materias primas a bajo costo.*
- *Incremento en la sujeción a los estándares internacionales relativos a la higiene y a la seguridad de los alimentos que genera confianza a los consumidores locales.*

³³ Fuente: Dubai Export - 2011

³⁴ Fuente: Dubai Export - 2011

³⁵ En el caso que, como otras fuentes lo indican, el 40% de la producción fuera exportada y el 60% consumida localmente, el total de la producción local sumaría 4.600 millones de dólares.

Re-exportaciones de alimentos

Las reexportaciones representan un rubro muy importante de la economía de los Emiratos Árabes, que desempeña el papel de centro comercial del Golfo. Las re-exportaciones totales en 2010 fueron 50.500 millones de dólares, de los cuales 2.196 millones de dólares corresponden a re-exportaciones de alimentos. Los siguientes fueron los productos que más se re-exportaron en 2010:

- Cereales: 545 millones de dólares
- Frutas: 439 millones de dólares
- Alimentos procesados: 194 millones de dólares
- Azúcar: 191 millones de dólares
- Vegetales: 168 millones de dólares
- Café: 149 millones de dólares

Los principales destinos de las re-exportaciones de alimentos son: Irán, Afganistán, Somalia, India, Arabia Saudita y otros mercados del GCC.

Tabla 8B – Re-exportadores más importantes de Emiratos Árabes – 2011

Empresa	Tel	Fax	Web site
Abdulla Al Khattal	971 4 3201828	971 4 3201797	www.aak-foods.com
Abuseedo	971 4 3200808	971 4 3200109	www.abuseedotrading.com
Al Bogari Commodities	971 4 4355667	971 4 4375699	www.albogari.com
Al Ghurair Commodities	971 4 3939633	971 4 3939655	www.al-ghurair.com
Al Redha International	971 4 2291406/7	971 4 2291408	www.alredha-international.com
Ali Kath Trading	971 4 3201491/2	971 4 3201688	www.akgoc.com
All Freshco General Trading	971 4 3206130	971 4 3206128	www.allfreshco.net
Asia & Africa General Trading	971 4 2287012	971 4 2287010/11	www.agrofactory.com/a-f/
Central Food Distribution	971 4 2251716	971 4 2252740	www.centralfood.ae
Chef Middle East	971 4 3473455	971 4 3474844	www.chefmiddleeast.com
Coastal Light Foodstuff Tr. LLC	971 6 5355264	971 6 5355265	www.coastalseafooduae.com
East Fish Processing	971 4 2626261	971 4 2623980	www.eastfish-uae.ae
Farm Fresh LLC	971 4 3397279	971 4 3387235	www.farmfreshllc.com
Federal Foods	971 4 3390005	971 4 3390032	www.federalfoods.com
Freshly Frozen	971 4 8802727	971 4 8802772	www.fffduhai.com/brand/freshly-fish.html
General Mills Middle East	971 4 8132100	971 4 8132109	www.generalmillsmiddleeast.com
Global Food Industries	971 6 5332655	971 6 5322566	www.global-food.com
Goldfruit International	971 4 3201199	971 4 3201188	www.goldfruitgroup.com
Greenbelt Foodstuff	971 4 3261999	971 4 3336044	www.greenbeltfoodstuff.com
Gulf Seafood LLC	971 4 881 730	971 4 8817274	www.dubaiseafood.com
Hakan Foods	971 4 4230700		www.hakanfoods.com
IFFCO	971 6 5029000, 971 4 3330555	971 6 5029190	www.iffco.com
Khalid Ahmad Foudeh Co.	971 4 3202324/5	971 4 3202326	www.kafgroup-uae.com
Magenta LLC	971 4 2851663	971 4 2851855	www.magentafoods.com
Marhaba MTA General Trading LLC	971 4 3268000	971 4 3268800	www.marhabafruits.com
Ocean Fisheries / Seablue Fisheries LLC	971 50 6364018	971 6 7437262	www.seafoodtreasure.com
PanEast Fisheries LLC	971 6 7431377	971 6 7431070	www.paneastfisheries.com
Promark Blue FZC	971 4 4227582	971 4 4227581	www.seafooduae.com
Ruskim Foods LLC	971 4 3319317	971 4 3319316	www.ruskimfoods.ae

Sawhney Food Stuff Trading LLC	971 6 5339719	971 6 5338301	www.sawhneyfoods.com
Solico Group	971 4 3205025	971 4 3334701	www.topsolico.com
Sunrise Foodstuff Trading	971 4 2267744	971 4 2262673	www.srfs.net
The Deep Seafood Co. LLC	971 4 2844227	971 4 2858401	www.thedeepseafood.com
Truebell	971 6 5342111	971 6 5342112	www.truebell.org
Tulsidas Lalchand	971 4 3531351	971 4 3533909	www.tulsidas.com

10.4 Análisis de la competencia

La Tabla 9 resume y compara elementos clave de la estrategia comercial que aplican en los Emiratos Árabes los mayores exportadores actuales de los productos peruanos con mayores posibilidades de penetración en el mercado. Las variables que se han considerado son las siguientes:

- Presencia de oficina comercial del país exportador en los Emiratos Árabes.
- Participación nacional en ferias locales de alimentos y bebidas.
- Organización de actividades promocionales específicas de los productos analizados.
- Presencia de oficinas de representación o empresas del sector alimentos en los Emiratos Árabes.
- Presencia local de agentes de cada país.

Tabla 9 - Estrategia comercial en EAU de países competidores

País	Presencia oficina comercial	Participación en ferias locales	Organización de promoción país - sector alimentos	Presencia directa de empresas sector alimentos	Presencia de agentes	Exp. totales a EAU en 2010 (USD)
India	Sí	Sí. 135 empresas en Gulfood	En ocasión de ferias	La mayoría de las empresas del sector alimentos en EUA son de capital indio.	A través de comercializadoras de India con quien tienen acuerdos.	99,794,518
Sudáfrica	Sí. Promoción turística y de exportaciones. Publicidad directa en medios.	Sí, 24 empresas en Gulfood.	Primera exhibición en EAU en 1992, desde entonces crecimiento exponencial del comercio.	Más de cien empresas tienen sede en EAU en diferentes sectores.	Contacto directo entre importador y exportador.	44,231,639
Filipinas	Sí, en la embajada.	En Gulfood participan con 22 empresas.	Sí. Promociones en los supermercados locales.	No hay empresas en el sector de alimentos.	Las empresas exportan directamente.	40,940,524
Pakistán	Una persona de la agencia de promoción comercial en el consulado.	35 empresas en Gulfood y SIAL ME.	Sí. Promoción del mango en Lulu y Carrefour. Otras promociones en su día nacional.	Decenas de empresas de origen pakistani, en particular comercializadoras de arroz, frutas y vegetales	Exportan directamente y con empresas pakistaniés de comercialización.	30,273,919
Indonesia	Sí. También existe el Indonesian Business Council.	Sí, con 9 empresas en Gulfood.	Sí. Solo en el centro de promoción en Dubai.	2 Empresas en alimentos y bebidas	Directamente o a través de importadores locales.	29,591,247
Tailandia	Oficina de promoción comercial en Dubai	Participan con 85 empresas en Gulfood y Sial ME	No organizan ningún evento para el sector alimentos en general.	1 empresa en el sector de comida de mar	Directamente y visita de compradores locales a Tailandia.	28,660,630
Reino Unido	Sí, en Dubai y Abu Dhabi + sección comercial de la embajada. Cámara de Comercio Anglo-Árabe y British Business Council.	Sí, participa en Gulfood con alrededor de 30 empresas.	Sí. Eventos organizados con ocasión de misiones comerciales o ferias.	Compañía británicas del sector alimentos: restaurantes, franquicias, comercializadoras y productoras de alimentos.	Directamente, sobretudo productos procesados.	21,864,397

País	Presencia oficina comercial	Participación en ferias locales	Organización de promoción país - sector alimentos	Presencia directa de empresas sector alimentos	Presencia de agentes	Exp. totales a EAU en 2010 (USD)
ESTADOS UNIDOS	Sí, en Abu Dhabi y Dubai. La Cámara de Comercio Americana y el American Business Council tienen oficina exclusiva de productos agrícolas.	Sí, siempre más de 50 empresas en Gulfood y SIAL ME	Sí. Promociones en supermercados y hoteles organizadas por los exportadores conjuntamente con el importador.	Más de cien en todos los sectores; 15 en el sector de alimentos y bebidas.	Importantes grandes tienen relación directa con exportador o tienen oficina de compras en los EEUU.	17,151,663
Egipto	Sí. Oficina Comercial y Egyptian Export Center.	Sí, más de 90 empresas en Gulfood. Participan en SIAL.	No se están realizando por el momento	Varias compañías locales tienen socios principales egipcios. No hay cifras confiables disponibles.	Contacto directo entre exportadores e importadores.	15,756,818
Kenia	En 1993 EAU era el primer exportador de productos a Kenia. Kenia Business Advisory Commitee que trabaja con la Embajada. No hay oficina comercial.	Exportadores de aguacates, mangos y maracuyá participan en Gulfood apoyados por USAID. Participación reducida a pocas empresas.	No hay promoción específica de los productos en los EAU.	No en el sector de alimentos y bebidas.	Las empresas exportan directamente a los importadores locales.	12,649,668
Italia	Sí, pero la oficina de promoción se integró con la embajada. Cámara de Comercio Italiana, Cámara de Comercio de Milán e Italian Business Council.	Sí, con alrededor de 120 empresas en Gulfood y 16 empresas en SIAL ME.	Sí, organizadas sobre todo con los importadores locales y los supermercados.	Más de 30 empresas incluyendo restaurantes, comercializadores y productores.	Exportación directa o por comercializadores italianos en EAU. Importadores consolidan embarques en Italia.	10,161,929
Australia	La oficina comercial es muy activa en el sector de alimentos	Participan con 46 empresas en Gulfood	Sí. Degustación de productos australianos en hoteles (por ejemplo Al Bustan)	15, incluyendo las empresas de franquicia	Contacto directo y a través de empresas con capital australiano en los Emiratos.	9,518,857
China	No. Solo una oficina de promoción de maquinaria y electrónicos.	Participan con 140 empresas en Gulfood y 20 en SIAL ME.	No hay eventos específicos de promoción de alimentos. Los hay para otros sectores.	Hay más de 100 empresas China de alimentos en los Emiratos.	Directamente y a través de las comercializadoras chinas presentes en el mercado.	6,977,862
Holanda	La oficina comercial opera desde el Consulado.	Participan siempre con alrededor de 60 empresas en Gulfood	No ha habido promoción específica en el sector de alimentos.	5 empresas del sector alimentos y bebidas con oficina comercial en los Emiratos.	Empresas exportan directamente.	6,493,571
España	Oficina comercial y participación de representantes regionales.	145 empresas en Gulfood	Sí. Promoción en restaurantes y tiendas especializadas. Las empresas organizan promociones especiales con el importador.	Hay 179 empresas españolas en los Emiratos y 2 son del sector de alimentos.	Los exportadores tienen relación directa con los distribuidores.	5,890,679
Myanmar	No	Participación individual marginal	No	No	Directa a los importadores.	5,267,161
Vietnam	Sí. Oficina de promoción comercial en Al Ain Centre	Sí, participan con alrededor de 15 empresas.	Sí, organizan promoción de alimentos con ocasión de misiones comerciales.	5 empresas en el sector alimentos.	Contacto directo o través de las empresas establecidas en EAU.	4,377,112
Chile	Sí, activa en la organización de misiones comerciales y promoción del	Si, con 14 empresas.	Sí. Eventos de promoción durante visitas empresariales. Tienen programas de promoción específica	No hay empresas de alimentos en los Emiratos. Hay solo una empresa chilena y es de ingeniería.	Los empresarios del sector agrícola exportan directamente a los importadores	3,409,769

País	Presencia oficina comercial	Participación en ferias locales	Organización de promoción país - sector alimentos	Presencia directa de empresas sector alimentos	Presencia de agentes locales.	Exp. totales a EAU en 2010 (USD)
	país		en los supermercados.		locales.	
Bélgica	Oficinas comerciales diferentes de región Flandes y Valonia	Participan en Gulfood con 36 empresas de ambas regiones	No organizan eventos promocionales para los alimentos	No hay empresas de Bélgica pero son activos en franquicias con inversionistas locales	Exportan directamente	3,249,081
Francia	Sí. Hay también el Abu Dhabi-France Business Promotion Office y el French Business Council	Sí. Más de 60 empresas en Gulfood y 4 en SIAL ME.	Sí. Promoción organizada por empresas con sede en EAU e importadores, y por Oficina Comercial en ferias o eventos.	13 empresas	Contacto directo o a través de empresas francesas en EAU. Carrefour importa directamente.	2,781,501
Sri Lanka	El consulado es activo en promoción de exportaciones. El Sri Lanka Business Council también promueve exportaciones	Participa en Gulfood con 15-20 empresas.	Se organizan eventos de promoción con ocasión de misiones comerciales.	Hay más de 10 comercializadoras, importadores de té y restaurantes en los Emiratos	Contacto directo o a través de empresas establecidas en EAU.	1,762,461
México	Sí. Representante comercial en el consulado se trasladó a Abu Dhabi en 2011	Pequeña participación de menos de 5 empresas en Gulfood	En ocasión de ferias comerciales	Restaurantes y franquicias	Contacto directo o a través de comercializadoras en EEUU.	1,391,009
Canadá	Sí. También Servicios especiales para el sector agroindustrial	Participan con 37 empresas en Gulfood	Se organizan eventos de promoción en ocasión de misiones comerciales y para Gulfood	9 compañías	Exportan directamente a comercializadores locales.	1,234,318
Corea del Sur	Sí	No	No	No	Exportadores en contacto directo con importadores locales.	813,154
Ecuador	No hay oficina comercial de Ecuador en los Emiratos	Participaron en Gulfood por primera vez en 2008. Pequeña delegación.	No	No	Exportadores en contacto directo con importadores locales que a veces compran de oficinas en EEUU.	598,343
Belice	No	No	No	No	Directamente o través de oficinas de compras en EEUU.	596,922

El análisis cualitativo de la tabla anterior nos lleva a las siguientes conclusiones/indicaciones:

- Más del 95% de las importaciones de los productos con potencial exportador para Perú proviene de países que tienen un agregado comercial en la embajada o un representante de la entidad de promoción comercial de su país.
- Los países más activos en términos de promociones especiales de los productos nacionales en supermercados y hoteles han incrementado su presencia en el mercado en los últimos años. Es el caso de Sudáfrica, Filipinas, Italia, Australia y Canadá.
- La participación en Gulfood es necesaria para obtener resultados importantes en el mercado de los Emiratos Árabes.
- Los países que exportan los volúmenes más altos de productos son India y Pakistán, que tienen una presencia sustancial de empresas de alimentos y bebidas en los Emiratos Árabes, las cuales importan casi exclusivamente de su país de origen. Sin embargo, el ejemplo de Filipinas es muy importante, puesto es el tercer exportador de los productos seleccionados, aunque no haya empresas filipinas de alimentos en el

país. Esto quiere decir que la presencia directa de comercializadores/productores nacionales en los Emiratos Árabes no es condición esencial para la exportación exitosa de los productos seleccionados.

- La mayoría de las importaciones tiene lugar directamente entre los importadores/distribuidores locales y los exportadores internacionales. En algunos casos, en particular para las importaciones de productos procedentes de América Latina, las importaciones se hacen desde oficinas de compras en los EE.UU. o a través de exportadores holandeses. De todas maneras, la relación directa entre exportador e importador/distribuidor es lo más común.

11. Análisis del sector

10.1. Canales de distribución

Según los datos de la Cámara de Comercio de Dubai, podemos cuantificar las compañías de la cadena de distribución de los Emiratos Árabes³⁶ de la siguiente forma:

- *Comercializadores de alimentos y bebidas: 2032 (se incluyen todas las empresas a lo largo de la cadena de distribución desde los productores a los distribuidores). Este grupo incluye las categorías siguientes:*
 - *Comercializadores de frutas y vegetales: 808*
 - *Comercializadores de café: 123 (café ya tostado)*
 - *Comercializadores de pescados y comida de mar: 209*
 - *Comercializadores de productos enlatados y conservados: 107*
 - *Comercializadores de confitería y chocolates: 206*

La clasificación de la Cámara de Comercio de Dubai es solo un indicador del número de actores que intervienen en la actividad de distribución pero no identifica la posición de cada empresa a lo largo de la cadena.

Se pueden identificar tres principales tipos de cadenas de distribución, básicamente según el perfil del importador. En la cadena descrita en el punto a) los importadores son distribuidores y mayoristas. En el punto b) los importadores son solo distribuidores que venden a los supermercados, a los otros distribuidores y re-exportan directamente. En el punto c) los importadores son también dueños de su propia cadena de supermercado, abastecen a su cadena (de manera no exclusiva), venden a otros supermercados, al sector HORECA y re-exportan vendiendo a distribuidores locales o proveyendo directamente a clientes internacionales.

³⁶ Nos referimos de manera particular a los productores y distribuidores de los productos de mayor potencial para las exportaciones peruanas.

- a. *Importadores/Distribuidores/Mayoristas*
- Tiendas minoristas y HORECA
 - Re-exportadores → Distribuidores extranjeros
 - Otros distribuidores → Tiendas minoristas y HORECA.
- b. *Importadores/Distribuidores/Mayoristas y Re-exportadores*
- Tiendas minoristas y HORECA
 - Mayoristas → Tiendas minoristas y HORECA
 - Distribuidores en el Golfo y otros países
- c. *Import./Distribu./Cadena de supermercados y Re-export*
- Tienda minoristas y HORECA.
 - Sus propios supermercados
 - Tiendas minoristas y HORECA
 - Distribuidores en el Golfo y otros países
 - Tiendas minoristas en otros países

El perfil de los importadores varía según el segmento de productos tratados. Más del 70% del mercado³⁷ es abastecido por importadores que se ocupan también de la distribución local y actúan como mayoristas vendiendo a otros distribuidores y a otros mayoristas más pequeños. En varios casos estos importadores son también re-exportadores y sus mercados son principalmente los países del Golfo.

Los importadores más grandes concentran su distribución en los supermercados e hipermercados de clase A y B, así como en las grandes tiendas. Las pequeñas tiendas son suplidas por lo general por los mayoristas.

Casi todos los mayores importadores proveen también los hoteles y restaurantes; mientras que los restaurantes que no hacen parte de una cadena o no están en hoteles o en centros comerciales tienden a abastecerse directamente de los mayoristas.

10.2 Fijación de precios a lo largo de la cadena de distribución

El mark-up de cada eslabón de la cadena de distribución depende principalmente del producto. Los productos de consumo básico, como el arroz, el azúcar, la sal, los vegetales y las frutas, tienden a permitir mark-ups muy reducidos. En el caso de productos gourmet o para los cuales la oferta es limitada, los mark-ups son mucho más altos. La siguiente tabla describe el tipo de mark-ups usados en el mercado.

³⁷ Esta es una aproximación basada en las cuotas de mercado de los importadores más importantes en los diferentes segmentos del mercado.

Tabla 10 - Mark-up de la cadena de distribución de alimentos en EAU

País	Mark-up importador/distribuidor	Mark-up supermercados
Frutas, vegetales, arroz y alimentos básicos	CIF + 10-25%	10-15%
Productos enlatados y no perecederos	CIF + Arancel + 25-30%	30%
Productos congelados	CIF + Arancel + 25-35%	30%
Productos gourmet	CIF + Arancel + 30-45%	30%

Fuente: National Bureau of Statictis, 2011.

Cuando los importadores venden a mayoristas locales, sus mark-ups son reducidos y por lo general los mayoristas tienen mark-ups del 10%.

Las cooperativas usan mark-ups más bajos del nivel general del mercado, que son alrededor del 10%.³⁸

En general podemos decir que si un producto tiene un precio CIF de 1 dólar, su precio en el supermercado varía entre 1.5 y 1.8 dólares. En el caso de los productos gourmet o congelados, el precio en el supermercado puede llegar a ser 2 dólares.

10.2.1 Rebajas

Como en el resto del mundo, la tendencia es hacia la disminución aparente de los mark-ups de los hipermercados, que buscan diferentes formas de mantener sus ganancias, como es el caso de Carrefour. Respecto a algunos productos particularmente competidos, la política de esta cadena es vender con precios iguales a los precios de los distribuidores: si compran a 10 dólares venden a 10 dólares. Sin embargo, cada trimestre Carrefour pide a los distribuidores lo que se llaman *Rebajas* que varían entre el 15% y el 20% del valor vendido por el distribuidor durante el trimestre. Otras grandes cadenas como Lulu exigen *rebajas* entre el 10% y el 20%. Las cooperativas manejan *rebajas* del 6-7%. Las rebajas se aplican aun cuando el supermercado aplica sus mark-ups.

10.2.2 Listing Fees

Otro componente muy importante en la definición de las utilidades totales de las cadenas de supermercados son los *listing fees*, cargos de entrada, para cada referencia de los productos vendidos en el supermercado³⁹.

Estos cargos se pagan una sola vez y se aplican a la marca, no al distribuidor. Por esta razón los distribuidores les piden a los productores (exportadores extranjeros) hacerse cargo de estos *listing fees*. Para poder ingresar en todos los supermercados relevantes del

³⁸ Las cooperativas no reciben subsidios del estado pero si tienen algunos privilegios, como el hecho de no pagar arriendo en algunos de sus puntos de ventas.

³⁹ Cada referencia se identifica con un código de barras diferente. En el caso por ejemplo, de vender leche, el cartón de leche de un litro de leche descremada cuenta como una referencia, el de leche entera es otra referencia, un cartón de medio litro de leche descremada cuenta como otra referencia más.

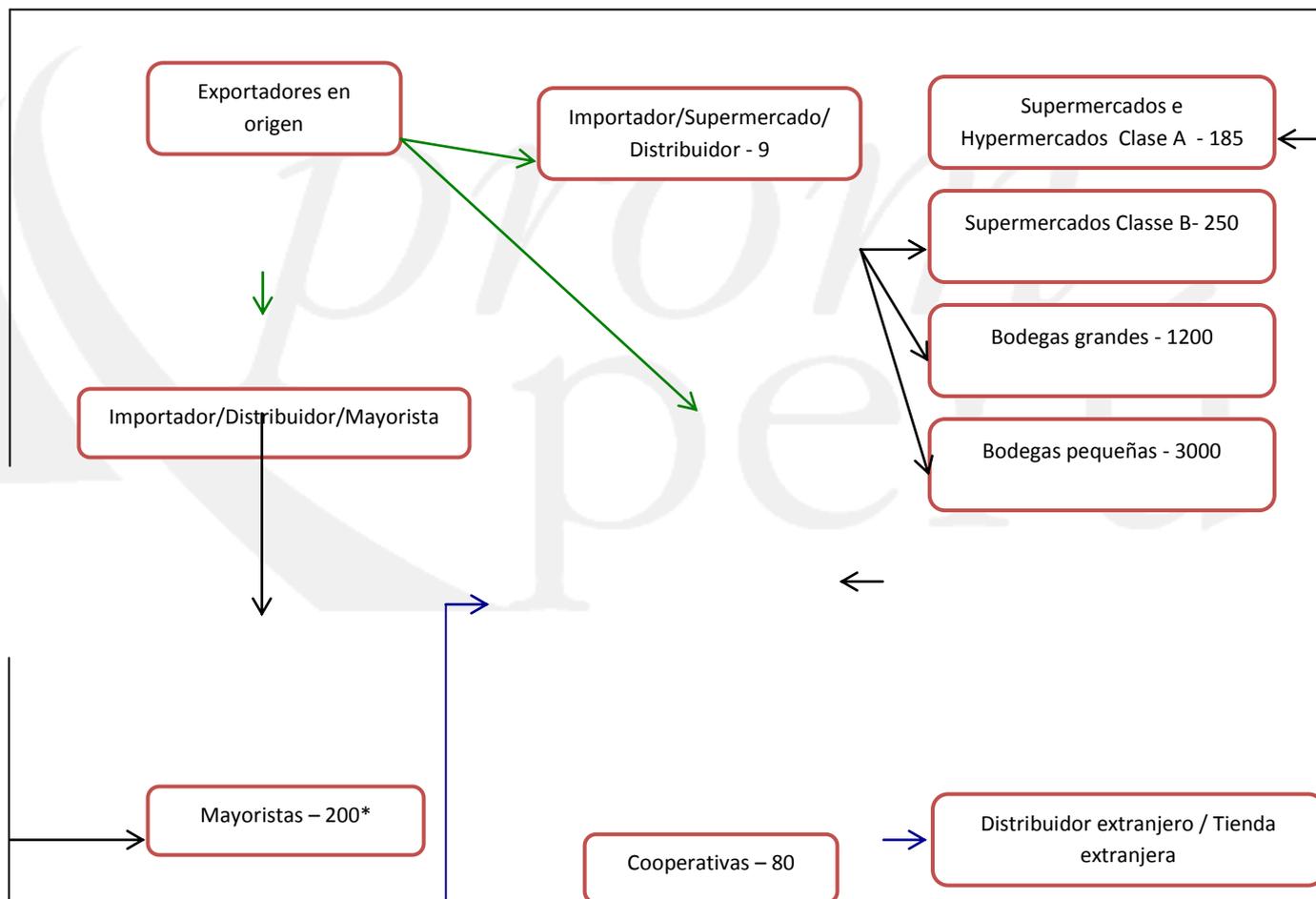
país un producto (entendido como una referencia específica de un producto) debería pagar alrededor de diez mil dólares de *listing fees*. En algunos casos los distribuidores contribuyen con una parte de este costo.

11.3 Canales de comercialización

Ventas al detal

La industria de la comercialización al detal ha registrado una tasa de crecimiento anual compuesta (CAGR) del 20.6% entre 2005 y 2009, y estaba valorada en 6.100 millones de dólares en 2009.⁴⁰ Hipermercados, supermercados y almacenes de descuento representan el 82% de las ventas totales. Alrededor del 80% de las ventas de este sector son de productos importados.⁴¹

La siguiente gráfica describe los procesos de distribución y comercialización más comunes en los Emiratos Árabes.



⁴⁰ Fuente: Alpen Capital, GCC Food Industry Report, Junio 2011

⁴¹ Fuente: Fuente: RAK Investment Authority 2010, Investment Opportunities in Food Sector in Ras Al Khaimah (UAE).

* Este número ha sido indicado por el Import Manager de Al Maya y se refiere a las empresas más importantes que actúan solo como mayoristas y que no hacen importaciones.



La Tabla 11 describe las principales cadenas de supermercados en los Emiratos Árabes, que tienen más de 4 puntos de ventas en el país y sus hábitos de compra.

Tabla 11 - Lista de supermercados e hipermercados en los EAU en 2011

Empresa	Nacionalidad de los dueños	Tamaño relativo	Puntos de venta	Áreas	Categoría de compras
Abela Stores	Emiratí	Pequeño	4	Abu Dhabi, Al Ain	Importador/compra localmente/mayorista
Abu Dhabi Co-op	Emiratí	Medio	17	Abu Dhabi, Sharjah	Importador/compra localmente
Al Maya Group	India	Grande	36	Regional	Importador/compra localmente/distribuidor
Al Safeer Group	India	Grande	35	Regional	Compra localmente / pequeño importador
Aswaaq	Emiratí	Pequeño	7	Local	Compra localmente
Carrefour / MAF Supermarkets	Emiratí	Grande	40	Regional	Compra localmente / importa
Carrefour Express	Emiratí	Medio	19	Regional	Compra localmente / importa
Cooperative Societies	Emiratí	Grande	76*	EAU	Directo
Emirates Co-op	Emiratí	Pequeño	8	EAU	Importador/compra localmente
EMKE Group (Lulu / Al Falah / Emirates General Market)	India / Emiratí	Grande	39	EAU	Importador/compra localmente
Geant / Le Marche	Emiratí	Grande	4	Dubai	Compra localmente
Lebanese Fruit Co. (LIFCO)	Libanés / Emiratí	Medio	4	EAU	Importador/compra localmente/distribuidor
Park n' Shop	India	Pequeño	3	Dubai	Importador/compra localmente/distribuidor
Safestway / Giant Supermarket	Emiratí / India	Pequeño	15	Regional	Importador/compra localmente/mayorista
Spinney's Dubai	Emiratí	Grande	45	Regional	Importador/compra localmente/mayorista
T Choithram & Sons (TCS)	Emiratí	Grande	25	Regional	Importador/compra localmente/distribuidor

Hipermercados y supermercados, no obstante su número limitado, están ganando cuota de mercado con respecto a los almacenes pequeños e individuales, llegando a representar

el 50% de las ventas totales al detal. *Convenience stores* y almacenes pequeños representan el restante 50%.

Hay que anotar, sin embargo, que los supermercados y las cadenas organizadas son más importantes en las zonas urbanas, mientras que en las zonas rurales los *convenience stores* y las tiendas individuales siguen sufriendo la mayor parte de la demanda de alimentos y bebidas.

Las cooperativas representan el 30% de las ventas al detal, recibiendo el apoyo del gobierno local del emirato en que operan. En los últimos años algunas cooperativas han empezado a importar directamente de productores internacionales parte de sus requerimientos, sobre todo para productos de primera necesidad como arroz, té, aceites y leche. Emirates Coop, por ejemplo, ha creado una nueva división de distribución de los productos que importa.⁴²

Sector HORECA⁴³

La demanda del sector HORECA depende de la demanda de hoteles, restaurantes y catering corporativo.

Hoteles

Según el Departamento de Turismo de Dubai, en 2010 había 389 hoteles y 189 apartahoteles para un total de 74,254 habitaciones.

En 2010 llegaron a Dubai, 8.2 millones de turistas, de los cuales el 30% fueron árabes, 24% asiáticos, 28% europeos y 7% norteamericanos.

Se calcula que los alimentos y bebidas servidos en los hoteles representen entre el 40 y el 50% del facturado total de los hoteles.⁴⁴

Restaurantes y comida rápida

Se calcula que hay más de 11.000⁴⁵ restaurantes en los Emiratos Árabes, incluyendo los que están ubicados en los hoteles y en los centros comerciales.

Según una reciente encuesta de Master Card en la región, los residentes en los Emiratos Árabes son los que más gastan en comida fuera de la casa, un promedio de 220 dólares mensuales.

Los consumidores que más comen afuera tiene más de 55 años y gastan mensualmente 800 dólares en restaurantes.

⁴² Fuente: Middle East Market Profile, www.fooexport.org 2009

⁴³ Fuente: Agriculture and Agri food Canada, *The United Arab Emirates Consumer Behaviour, Attitudes and Perceptions Toward Food Products, Diciembre 2010.*

⁴⁴ Fuente: Agrifood Trade Service, *The United Arab Emirates Consumer Behaviour, Attitudes and Perceptions Toward Food Products, December 2010.*

⁴⁵ Fuentes: Agriculture and Agrifood Canada, Food Service Profile, *The United Arab Emirates 2009.*

El área de comidas de los centros comerciales (*food courts*) son los destinos más visitados, puesto que el 88% de los participantes en la encuesta indicaron que han visitado una de ellas en los meses anteriores.

Los restaurantes de comida rápida son los preferidos por los residentes de los Emiratos Árabes, seguidos por los restaurantes para familias y los restaurantes de lujo.

Catering

Podemos distinguir varios tipos de catering en los Emiratos Árabes:

- *Catering para la industria del transporte aéreo. Cada día se sirven más de 150 mil comidas en las aerolíneas del país que son adquiridas localmente. Emirates Catering domina este sector.*
- *Catering para las escuelas. En 2010 se cuentan 1186 escuelas en los Emiratos Árabes⁴⁶.*
- *Catering para campos de trabajo. Según el National Bureau of Statistics, en 2010 se contabilizaron alrededor de 800 mil empleados en el sector petrolero y de construcción, de los cuales por lo menos el 80% recibe salario mínimo, alojamiento y alimentación por parte de las empresas constructoras. Este sector empuja la demanda de productos básicos como arroz, azúcar, harina, aceites, frutas procesadas y frescas y vegetales.*
- *Catering para operaciones en pozos petroleros offshore e inshore.*

12. Análisis de la demanda

11.1 Perfil del consumidor

Población

Gracias a tasas de crecimiento de población cercanas al 65% entre 1995 y 2005, los Emiratos Árabes son uno de los países del mundo con mayor expansión demográfica⁴⁷. Sin embargo, determinar con exactitud la magnitud de la población del país en los últimos cinco años, es decir, después del último censo de 2005, resulta difícil, puesto que las estadísticas oficiales no coinciden con la mayoría de las estadísticas internacionales, y estas mismas no coinciden entre ellas.⁴⁸ En este documento adoptamos el nivel de población indicada por el *Economist Intelligence Unit*, que es de 6'648.793 habitantes.

El aspecto más significativo de la población de los Emiratos Árabes se refiere a la convivencia de residentes provenientes de muchas partes del mundo, lo que afecta la demanda de todo tipo de productos y bienes de consumo.

⁴⁶ Fuente: National Bureau of Statistics.

⁴⁷ Fuente: HSBC 2006 www.econresearch.net/admin/articles/1.pdf

⁴⁸ Las estadísticas oficiales publicadas en abril 2011 por el Departamento de Estadísticas de los Emiratos Árabes, indican que la población total del país en 2010 era de 8.2 millones de personas; para el mismo año, las estimaciones de CIA fueron de 5.1 millones y las de *Economist Intelligence Unit* de 5.6 millones (finales de 2008).

No hay información precisa disponible sobre el número de habitantes por nacionalidad. Por esta razón solo podemos dar unas indicaciones aproximativas de la importancia relativa de cada grupo étnico en el país, con bases en datos del *National Bureau of Statistics* y del Departamento de Estado de los Estados Unidos.⁴⁹

La gran diversidad étnica hace casi imposible identificar un único perfil de consumidor, en cuanto los estilos de vida, los gustos, las creencias religiosas, los valores morales y culturales, los intereses y las preferencias varían sustancialmente entre los diferentes grupos nacionales.

Tabla 12. País de origen de los residentes en los Emiratos Árabes Unidos en 2010

País de origen	% del total de la población
India	23%
Pakistán	18%
Bangladesh	7%
Europa, América Latina, Australia, África.	8%
Otros países asiáticos	16%
Otros árabes	13%
Árabes locales	15%

Otra característica relevante que afecta los hábitos de consumo en el sector de alimentos es la proporción atípica de mujeres y hombres en la población.

Como resulta evidente en la tabla siguiente, las mujeres representan solo el 28% del total de los residentes extranjeros. La falta de la mujer que se ocupe de labores de ama de casa lleva a que los hombres coman más afuera. De la misma forma, los hombres que viven solos prefieren comprar comidas ya preparadas y productos rápidos de cocinar.

Tabla 13 – Distribución de la población de EAU según sexo - Estimativos 2010

Nacionalidad	Hombres	Mujeres	Total
Población local	479,109	468,888	947,997
Extranjeros	5,682,711	2,102,250	7,316,073
Total	6,161,820	2,102,250	8,264,070

Fuente: National Bureau of Statistics, Emiratos Árabes Unidos.

PIB per cápita

La falta de claridad sobre el nivel de la población afecta la posibilidad de definir con precisión el nivel del PIB per cápita del país. Por ejemplo, si consideramos acertado el número oficial de residentes según el *National Bureau of Statistics*, de 8.2 millones de habitantes en 2010, el PIB per cápita equivaldría a 36,200 dólares (lugar 31 de la clasificación mundial⁵⁰).

Si usamos como referencia 6.6 millones de habitantes, según el *Economist Intelligence Unit*, el PIB per cápita sería de 44,320 dólares, lo cual ubicaría a los Emiratos Árabes entre los primeros 15 países de mayor ingreso per cápita en el mundo.

⁴⁹ Fuente: <http://www.state.gov/r/pa/ei/bgn/5444.htm>

⁵⁰ Fuente: CIA World Factbook, 2011.

De cualquier manera, podemos decir que los consumidores de los Emiratos Árabes se encuentran entre los de mayor poder adquisitivo del mundo y que tienen capacidad para importar los productos más costosos.

Gastos en alimentos y bebidas

El gasto anual en alimentos y bebidas equivale en promedio al 13.3% del ingreso de un núcleo familiar.

Tabla 14 - Porcentaje de gasto anual destinado a alimentos y bebidas en Emiratos Árabes - 2009

Tipo de gasto	Núcleos familiares locales	Núcleos familiares extranjeros	Núcleos colectivos	Total
Alimentos, bebidas y tabaco	13.5%	12.8%	16.3%	13.3 %

Fuente: *Emirate of Dubai, Household Expenditure and Income Survey, 2009*

La Tabla 15 describe el consumo per cápita de cada una de las categorías de alimentos y la Tabla 16 indica, en particular, que el crecimiento del consumo per cápita entre 2005 y 2010 alcanzó el 23-24%, y se pronostica que en el período 2010-2015 será de 11-12%. Tanto el consumo de frutas como de vegetales tendrá un ritmo de crecimiento equivalente a la mitad del resultado en el periodo 2005-2010. Se prevé, por otro lado, que el consumo de carne tendrá un ritmo de crecimiento superior al del consumo promedio de alimentos y será 17% entre 2010 y 2015, y 15% entre 2015 y 2020.

Tabla 15 - Consumo de alimentos y bebidas per cápita histórico y proyectado en EAU (USD)

Categorías	1995	2000	2005	2010	2015	2020
Pan y cereales	129.6	120.6	187.4	243.7	284.8	333.8
Carnes	214.2	205	312	391.9	449.2	516.1
Pescado y comida de mar	76.9	80.2	113.9	123.5	125.4	128.7
Leche, queso y huevos	136.1	132.4	204.8	260.1	298.5	344.6
Aceites y grasas	34.9	28.6	50.3	67.1	80.2	97.4
Frutas	87.9	85.0	134.8	166.0	186.2	211.2
Vegetales	114.3	103.1	162.8	202.1	224.4	252.4
Azúcar y confitería	58.5	50.5	73.6	87.9	93.8	100.7
Otros alimentos	140	146.4	218.7	263.5	288.5	318.2
Total alimentos	992.3	951.8	1458.3	1805.9	2031	2303.2
Café, té y cacao	22.5	23.8	37.1	48.1	55.1	64.4
Agua mineral, bebidas con gas y jugos	64.2	55.7	81.4	97	105.4	115
Total bebidas no alcohólicas	86.6	79.5	118.4	145	160.5	179.4
Licores	0.6	0.7	3.2	7.5	11.8	16.8
Vino	0.2	0.4	2.7	6.3	9.8	13.9
Cerveza	1	1.4	4.6	9.1	13.5	18.8
Total bebidas alcohólicas	1.8	2.5	10.5	23	35.1	49.5

Fuente: Euromonitor 2010

Tabla 16 - Crecimiento del consumo de alimentos per cápita en los EAU (USD)⁵¹

Categorías	1995	2000	2005	2010	2015	2020
Frutas	87.9	85	134.8	166	186.2	211.2
Tasa de crecimiento				23%	12%	13%
Vegetales	114.3	103.1	162.8	202.1	224.4	252.4
Tasa de crecimiento				24%	11%	12%
Total alimentos	992.3	951.8	1,458.3	1,805.9	2,031	2,303.2
Tasa de crecimiento				24%	12%	13%

Fuente: Euromonitor 2010

11.2. Nuevas tendencias

Las perspectivas en el mercado reflejan las mayores tendencias a nivel mundial.

Tendencias de producto

- Cambio de dietas ricas en carbohidratos hacia dietas ricas en proteínas (carnes y leche), como se puede notar también por la tasa de crecimiento esperada del consumo de carne descrita en las tablas anteriores.⁵²
- El consumo per cápita de leche en el país es relativamente bajo con respecto al promedio internacional y por esta razón se espera que su consumo crezca rápidamente en los próximos 5 años.⁵³
- El consumo de alimentos procesados sigue creciendo rápidamente debido a los hábitos de vida urbana y representan el 50% del consumo total de alimentos.⁵⁴
- El problema de la obesidad y de la diabetes (que afecta a cerca del 20% de la población)⁵⁵ representa una de las mayores preocupaciones de salud pública del gobierno de los Emiratos Árabes, que ha lanzado varias campañas de concientización al respecto. Se esperaría asimismo un incremento de la demanda de alimentos saludables y productos especializados. En realidad, según las indicaciones de los mayores importadores del país, la demanda de este tipo de productos es todavía muy limitada y el segmento no representa aún una oportunidad de negocios relevante.

Tendencias de cadena de comercialización

- Como es evidente en los resultados de la reciente encuesta de Master Card descritos anteriormente, restaurantes de comida rápida (KFC, Pizza Hut, TGI Friday's, Costa Café) y restaurantes de estilo familiar, están prosperando en el país y se espera que esta tendencia continúe vigente en los próximos años.
- Las convenience stores y mini-mercados se han multiplicado en los últimos años, sobre todo en zonas recién desarrolladas de Dubai y Abu Dabi, donde la mayoría de la población es extranjera. Las grandes cadenas de supermercados están abriendo sus propios mini-mercados en éstas áreas en competencia directa con los convenience stores, multiplicado así sus puntos de venta. Cadenas importantes como Carrefour y Spinney's están invirtiendo en este negocio.

⁵¹ Los datos de la tabla hacen parte de *The United Arab Emirates Consumer Behaviour, Attitudes and Perceptions Toward Food Products*, International Market Bureau, 2010.

⁵² Fuente: Alpen Capital, GCC Food Industry Report, Junio 2011.

⁵³ Fuente: Alpen Capital, GCC Food Industry Report, Junio 2011

⁵⁴ Fuente: Alpen Capital, GCC Food Industry Report, Junio 2011

⁵⁵ Fuente: Gulf News, Diabetes is a growing problem in UAE – experts, Febrero 11, 2008

13. Información de Interés

12.1. Medidas arancelarias

El arancel de importación para cualquier producto es el 5% del valor CIF importado. Sin embargo, algunos productos del sector alimentos y de otros sectores considerados de interés para la economía local, entran al país sin pagar arancel. Estos incluyen la casi totalidad de los productos frescos, como vegetales, ciertos tipos de carnes y ciertos tipos de comida de mar (por ejemplo langostinos y langostas). Las bebidas alcohólicas tienen un arancel del 50% y los cigarrillos y el tabaco del 100%.

12.2. Regulaciones

12.2.1 Aduanas y Aranceles⁵⁶

En enero de 2003 se hicieron públicos la Ley Unificada de Aduanas y el Arancel Aduanero Único (UCL) del GCC. El UCL estableció un arancel aduanero unificado del cinco por ciento en casi todos los productos alimenticios procesados. Bajo la UCL, los animales vivos, las frutas y verduras frescas, algunos mariscos, granos, harina, té, azúcar, especias y semillas para la siembra están exentas de aranceles.

Asimismo, se estableció una política de punto de entrada único. En otras palabras, un producto que entra en cualquier mercado miembro del CCG pagará el impuesto correspondiente sólo en el punto de entrada y luego se le permitirá el tránsito libre de impuestos entre los países miembros del CCG.

Actualmente todavía es posible que el producto se vea sujeto a la obligación de pagar el cinco por ciento de impuesto a las importaciones de nuevo en el país de destino dentro del GCC pues aún no se ha implementado completamente el mecanismo. Sin embargo, se espera que todos los bienes, incluso los embarques parciales en contenedores abiertos, se beneficiarán del sistema unificado en los próximos años, una vez que los procedimientos aduaneros se hayan coordinado completamente.

12.2.2 Estándares

La Autoridad de Emiratos de Normalización y Metrología (*ESMA - Emirates Authority for Standardization and Metrology*) es el organismo responsable, en cooperación con otros miembros de la OSG, del desarrollo o la adopción de todos los estándares.

12.2.3 Reglas generales de etiquetamiento

- *La etiqueta usada para los alimentos debe indicar el nombre del producto y la marca, fecha de producción y de caducidad, país de origen y nombre del fabricante, peso neto en unidades del sistema métrico, y la lista de ingredientes y aditivos.*
- *El producto debe tener una etiqueta en inglés y árabe, la cual puede ser de tipo autoadhesivo si es necesario.*

⁵⁶ Fuente: UAE-2010-9 GAIN Report Number USDA Foreign Agricultural Services June 4 2011.

- *La fecha de vencimiento y de producción siempre deben estar resaltadas y no pueden venir escritas a mano en las etiquetas adhesivas sino impresas. Los productos importados deben llegar a los EAU con un tiempo remanente de vida en estantería equivalente a más de la mitad del período total.*
- *La etiqueta debe indicar día / mes / año de los productos con una vida útil de tres (3) meses o menos.*
- *Mes / año de los productos con una vida útil de más de tres (3) meses.*
- *El mes se puede imprimir en números o letras. Por ejemplo, "3/08" y "March 08" son formatos aceptados.*
- *La palabra "production" o la letra "P" debe preceder la fecha de producción. La fecha de caducidad debe estar precedida por una de las siguientes frases: : "Expiration (fecha)"; "Fit for.....from the date of production"; "Use by (fecha);" "Use before (fecha);"*
- *"Sell by (fecha);" "Valid until (fecha) from the date of production;" o la letra "E."*
- *Los productos no pueden contener alcohol, carne de cerdo o colorante E.*
- *Cualquier alimento que contenga carne debe ir acompañado de certificación "halal", o no será admitido en el país. El instituto de certificación utilizado en origen deberá ser aprobado por la Secretaría General de Municipios de los Emiratos Árabes.*
- *Todas las etiquetas de productos importados deben ser aprobadas y registradas por la Municipalidad de Dubai/Abu Dabi.*
- *El nombre y la dirección del productor, distribuidor, importador, exportador o proveedor debe estar claramente indicada en la etiqueta;*
- *Instrucciones de almacenaje o preparación especial, en caso de que existan;*
- *Los productos alimenticios que aseguran tener efectos especialmente positivos para la salud deben indicarlo así en la etiqueta y requieren pre-aprobación del Ministerio de Salud de los Emiratos Árabes.*
- *Identificación del lote.*

Hay que notar que las cajas de frutas frescas y vegetales deben tener toda la información generalmente exigida para las etiquetas, pero no necesitan indicar la fecha de producción y de vencimiento.

12.2.4 Vida útil

La GSO revisó y simplificó su estándar de vida útil en 2007. Los nuevos/revisados GSO 150/2007 (Períodos de Vencimiento de los Productos Alimenticios), plenamente vigentes desde el 1 de noviembre de 2008 en los Emiratos Árabes Unidos, contemplan unos requisitos de vida útil menos restrictivos. A excepción de los 22 artículos alimenticios que estén incluidos en la sección 4.4.1.1, que incluye los productos perecederos y alimentos para niños, a los exportadores de alimentos se le permitirá el envío de productos con la vida útil recomendada por el fabricante.

Los siguientes productos están exentos de la fecha de caducidad: sal, azúcar blanca, legumbres secas, vegetales secos, especias y otros condimentos, té, arroz, frutas y verduras frescas y el vinagre. Sin embargo, los importadores tienden a preferir tener estos productos etiquetados con fechas de producción y caducidad porque los consumidores a menudo no conocen esta excepción.

Los paquetes pequeños, donde el área de mayor superficie es inferior a 10 centímetros cuadrados, pueden quedar exentos de los requisitos estipulados.

12.2.5 Normas sobre empaques y envases

No existe una norma especial que regule el tamaño del empaque o de los envases de productos alimenticios.

GS 839/1999, adoptado como estándar de los Emiratos Árabes Unidos # 839/2000, se refiere a *Requisitos generales para los empaques de alimentos - Parte I*. La norma subraya la necesidad de utilizar materiales adecuados que protejan la integridad de los alimentos, su salubridad y características. *OSG 1683/2008 Empaques de alimentos Parte II* se refiere a los requisitos generales para los envases de plástico.

12.2.6 Pesticidas

UAE.S / GSO 02/2007 regula los límites máximos de residuos de medicamentos veterinarios en los alimentos. Los Emiratos Árabes Unidos y la GSO también han emitido varias normas sobre los límites aceptables de aflatoxinas y otras sustancias tóxicas, la radiación y la irradiación de productos alimenticios. En ausencia de una norma de la GSO o de los Emiratos Árabes Unidos, en el país se reconoce el estándar Codex Alimentarius en lo referente a los niveles aceptables de pesticidas y otros residuos contaminantes.

12.2.7 Muestras

No hay requisitos específicos para las muestras importadas de alimentos. Las muestras para exhibiciones de alimentos y otros eventos promocionales están exentas de etiquetado y de los requisitos locales de vida útil, sin embargo, deben ir acompañadas de un certificado sanitario. Las muestras de los productos deberán estar claramente marcados como tal y acompañadas de una declaración afirmando que no son para la venta o para uso comercial. Las muestras de carne y aves de corral deben estar acompañadas de un certificado Halal y del certificado de salud para exportación del FSIS.

12.2.8 Aprobación previa a la importación

Etiquetas de los alimentos - Copias de las etiquetas pueden ser enviados (vía fax o correo electrónico), directamente o a través de uno de los importadores, a los funcionarios de la Municipalidad para su revisión y registro, sin costo alguno. Una vez aprobada y registrada la etiqueta, el código de barras del producto se añadirá a la lista de productos aprobados y registrados de la municipalidad. El propósito de este procedimiento es facilitar la importación de los productos y reducir el tiempo del procedimiento de aduana. Aunque la pre-aprobación no es necesaria, OAA Dubai sugiere que los exportadores obtengan la pre-aprobación de las etiquetas de los productos nuevos.

Productos - Funcionarios de la municipalidad analizarán cada producto para determinar el cumplimiento de las normas sobre ingredientes alimenticios. Los costos relacionados varían, dependiendo del tipo de producto y los ingredientes. Las pruebas de laboratorio se requieren

para el primer envío a los Emiratos Árabes. El mismo producto puede estar sujeto después a pruebas de laboratorio al azar. Aunque la pre-aprobación no es exigida, OAA Dubai alienta a los exportadores a que obtengan la pre-aprobación de los ingredientes de sus nuevos productos.

Registro de Artículo: a los alimentos no se les permitirá la entrada a Dubai a menos que estén registrados. Esto se puede hacer mediante el envío de una copia de la etiqueta al departamento relevante o trayendo muestras físicas a las oficinas correspondientes que se encuentran en los puertos de entrada y en las instalaciones municipales.

12.2.9 Procedimientos de importación

Los procedimientos aduaneros y de importación son básicamente los mismos para todos los Emiratos. Los documentos requeridos para realizar la importación son los siguientes:

- *Copia de la licencia del importador para comercializar alimentos.*
- *Declaración de importación.*
- *Carta de aprobación de la Municipalidad de Dubai.*
- *Factura comercial en inglés.*
- *Certificado de origen.*
- *Conocimiento de embarque (Bill of Lading).*
- *Lista de Empaque (Packing List).*
- *Certificado Sanitario emitido en el país de origen.*
- *Manifiesto de envío (waybill).*

A su llegada al puerto, los productos están sujetos a inspección de la aduana y a la prueba de conformidad practicada por la Municipalidad de Dubai. Esta se realiza al mismo tiempo o inmediatamente después de la inspección aduanera. Una vez superadas estas inspecciones, la Municipalidad de Dubai emite la aprobación para la libre circulación del producto, el cual se le entrega al importador luego del pago de los derechos de aduana.

Cada envío de alimentos está sujeto a inspección visual a la llegada para garantizar el cumplimiento de las normas de etiquetado y de vida útil. Los inspectores de salud y los funcionarios de aduanas verifican que los documentos estén en orden. Los envíos están sujetos a análisis de laboratorio al azar. Los alimentos para bebés y los aceites comestibles están sujetos a un muestreo del 100 por ciento. Los resultados de laboratorio se entregan usualmente entro 5 a 10 días. Los productos alimenticios nuevos en el mercado están sujetos a análisis de laboratorio exhaustivos. El producto será rechazado si no se encuentra apto para el consumo humano o si no cumple con los requisitos de etiquetado. En cualquiera de los dos casos, el producto será destruido por las autoridades municipales locales o re-exportado al país de origen dentro de los 30 días siguientes, a discreción de los importadores. Los productos

que no cumplan con los requisitos de etiquetado puede ser re-exportados a un tercer país (no GCC). Es posible que se impongan multas, dependiendo de la gravedad de la violación.

14. Contactos de interés

H. E. Abdulla Salem, Director General

Oversight of National Plant and Animal Affairs

Food Safety Committee

Ministry of Environment and Water

P.O. Box 1509 Dubai, U.A.E.

Tel: +971 4 2148444

Fax: +971 4 2655822

E-mail: asahmad@moew.gov.ae

Mr. Ahmed Al Rumaithy,

Acting Director , Standards and Specifications

Emirates Authority for Standards & Metrology

P.O. Box 2166 Abu Dhabi, U.A.E.

Tel: +971 2 6711110

Fax: +971 2 6715999

E-mail: sultan@esma.ae

Mr. Mohammed H. Al Shamsy

Director, Animal Wealth Department

Ministry of Environment & Water

P.O. Box 1509 Dubai, U.A.E.

Tel: +971 4 2148444

Fax: +971 4 2655822

E-mail: mhelshamsy@moew.gov.ae

Mr. Ali Abdulla Saleh

Director, Plant Quarantine Division

Ministry of Environment & Water

P.O. Box 1509 Dubai, U.A.E.

Tel: +971 4 2662781

Fax: +971 4 2654787

E-mail: aamehdi@moew.gov.ae

Mr. Khalid M. Sharif

Director

Food Control Department

Dubai Municipality

P.O. Box 67 Dubai, U.A.E.

Tel: +971 4 2064200

Fax: +971 4 2231905

E-mail: foodcontrol@dm.gov.ae

Rashid Mohamed Al Shariqi

Director General

Abu Dhabi Food Control Authority

P.O. Box 52150 Abu Dhabi, U.A.E.

Tel: +971 2 4954112

Fax: +971 2 4463811

E-mail: rashed_alshariqi@adfca.ae

Dr. Rasha A. Sultan Al Qassemi

Head, Central Food Control Laboratory

Sharjah Municipality

P.O. Box 22 Sharjah, U.A.E.

Tel: +971 6 5068303

Fax: +971 6 5650612

E-mail: cfoodl@emirates.net.ae

Ms. Amina Ahmed Al Jasemi

Head of Food & Environment Laboratory Section

Dubai Central Laboratory Department

Dubai Municipality

P.O. Box 67 Dubai, U.A.E.

Tel: +971 4 3011619

Fax: +971 4 3358448

E-mail: labs@dm.gov.ae

prom
perú

15. Conclusiones

Entre los productos indicados por Promperú, el estudio ha identificado los siguientes como los de mayor potencial de ingreso al mercado de los Emiratos Árabes:

- Mangos, que pueden ser transportados por avión compitiendo con el mango australiano durante el periodo diciembre- febrero.
- Mandarinas, que compiten con Australia y se pueden importar durante el periodo mayo- septiembre.
- Fríjoles secos, que pueden ampliar su actual cuota de mercado.
- Café sin tostar, que puede competir en el nivel más alto del mercado.
- Manteca de cacao, que tiene un precio competitivo con respecto a los proveedores tradicionales del mercado.
- Chocolates y preparaciones de chocolates: el precio peruano es competitivo pero hay que considerar la fuerza de las marcas internacionales que ya exportan a EAU en este sector, que pueden reducir las aparentes oportunidades para Perú.

Los siguientes productos ofrecen menores posibilidades en valor absoluto pero siguen siendo interesantes en términos relativos al mercado total:

- Limones: el limón sutil puede competir con las importaciones de Brasil.
- Uva: tiene un mercado potencial entre finales de noviembre y finales de diciembre.
- Fríjoles enlatados: pueden aumentar su cuota en el mercado.
- Aguacates: tiene potencial de ser exportados por avión durante el periodo de cosecha peruana.
- Jurel conservado: tiene un precio competitivo para lograr una buena cuota de mercado.
- Cacao en polvo.
- Conchas de abanico: el mercado total de este producto es pequeño pero el producto peruano puede alcanzar una cuota importante en él.
- Pota congelada: el mercado total de este producto es pequeño pero el producto peruano puede alcanzar una cuota importante en él.
- Espárragos frescos: el mercado total es pequeño, pero Perú puede alcanzar al líder del sector.
- Anchovetas conservadas: el mercado es muy pequeño, pero los productos peruanos son muy competitivos.
- Caballa: tiene un mercado potencial pequeño, pero el producto es competitivo.
- Paprika: nicho de mercado potencial compite con España, México y Corea del Sur.
- Espárragos conservados: el mercado es extremadamente reducido.

Los productos que tienen menores posibilidades de éxito en el mercado según el análisis de precios son:

- Langostinos congelados: aparentemente más caros que los competidores.
- Bananos: más caros que los competidores latinoamericanos.
- Granada: más cara que los competidores.
- Sardinas conservadas: más caras que los competidores
- Atún enlatado: más caro que los competidores
- Physalis: mucho más cara que el mayor competidor.

Mientras que en la mayoría de los casos la demanda de estos productos es muy sensible al precio, en el caso de los langostinos la demanda depende también mucho de la calidad y de la especie de producto, así que en este caso se necesitaría una investigación comercial directa con el producto específico para verificar las posibilidades reales de exportación del producto.



Información estadística de los productos seleccionados

Anexos

ANEXO I

Year	HS Code	HS Code Description	Country	Weight (Kg)	Value (AED)	Precio promedio de importación por Kg.	Cuota de mercado
2006	07081000	Peas (Pisum sativum), shelled or unshelled, fresh or d	EGYPT	217,069	530,112	2.44	71%
2006	07081000	Peas (Pisum sativum), shelled or unshelled, fresh or d	INDIA	31,579	96,847	3.07	13%
2006	07081000	Peas (Pisum sativum), shelled or unshelled, fresh or d	KENYA	8,229	61,423	7.46	8%
2006	07081000	Peas (Pisum sativum), shelled or unshelled, fresh or d	PAKISTAN	16,591	58,548	3.53	8%
2006	07081000	Peas (Pisum sativum), shelled or unshelled, fresh or d	IRAN	1,500	4,766	3.18	1%
Precio promedio de importación				274,968	751,696	2.73	100%
Porcentaje de las importaciones totales					751,696	100%	

2007	07081000	Peas (Pisum sativum), shelled or unshelled, fresh or d	LEBANON	98,323	489,603	4.98	36%
2007	07081000	Peas (Pisum sativum), shelled or unshelled, fresh or d	EGYPT	41,044	203,497	4.96	15%
2007	07081000	Peas (Pisum sativum), shelled or unshelled, fresh or d	KENYA	20,098	131,560	6.55	10%
2007	07081000	Peas (Pisum sativum), shelled or unshelled, fresh or d	INDIA	11,164	106,949	9.58	8%
2007	07081000	Peas (Pisum sativum), shelled or unshelled, fresh or d	ETHIOPIA	16,702	87,956	5.27	7%
Precio promedio de importación				187,331	1,019,565	5.44	
Porcentaje de las importaciones totales					1,348,238	76%	

2008	07081000	Peas (Pisum sativum), shelled or unshelled, fresh or d	IRAN	66,394	339,458	5.11	24%
2008	07081000	Peas (Pisum sativum), shelled or unshelled, fresh or d	EGYPT	69,491	306,207	4.41	22%
2008	07081000	Peas (Pisum sativum), shelled or unshelled, fresh or d	KENYA	35,513	253,252	7.13	18%
2008	07081000	Peas (Pisum sativum), shelled or unshelled, fresh or d	INDIA	28,972	115,214	3.98	8%
2008	07081000	Peas (Pisum sativum), shelled or unshelled, fresh or d	CANADA	54,000	115,156	2.13	8%
Precio promedio de importación				254,370	1,129,287	4.44	
Porcentaje de las importaciones totales					1,389,927	81%	

2009	07081000	Peas (Pisum sativum), shelled or unshelled, fresh or d	KENYA	29,375	218,153	7.43	27%
2009	07081000	Peas (Pisum sativum), shelled or unshelled, fresh or d	ETHIOPIA	20,221	113,053	5.59	14%
2009	07081000	Peas (Pisum sativum), shelled or unshelled, fresh or d	INDIA	21,448	92,486	4.31	11%
2009	07081000	Peas (Pisum sativum), shelled or unshelled, fresh or d	PAKISTAN	23,435	90,736	3.87	11%
2009	07081000	Peas (Pisum sativum), shelled or unshelled, fresh or d	NETHERLAND	4,794	71,002	14.81	9%
Precio promedio de importación				99,273	585,430	5.90	
Porcentaje de las importaciones totales					819,818	71%	

2010	07081000	Peas (Pisum sativum), shelled or unshelled, fresh or d	KENYA	75,517	673,415	8.92	32%
2010	07081000	Peas (Pisum sativum), shelled or unshelled, fresh or d	CANADA	338,547	623,566	1.84	29%
2010	07081000	Peas (Pisum sativum), shelled or unshelled, fresh or d	PAKISTAN	204,357	572,993	2.80	27%
2010	07081000	Peas (Pisum sativum), shelled or unshelled, fresh or d	CHINA	24,360	145,266	5.96	7%
2010	07081000	Peas (Pisum sativum), shelled or unshelled, fresh or d	SOUTH AFRIC	1,754	34,522	19.68	2%
Precio promedio de importación				644,535	2,049,762	3.18	
Porcentaje de las importaciones totales					2,134,605	96%	

Crecimiento precio promedio de importación 2006-2010	16%
Crecimiento precio de Kenya 2006-2010	19%
Precio promedio FOB Perú	9.84
Costo de transporte	0.54
	10.38

Year	HS Code	HS Code Description	Country	Weight (Kg)	Value (AED)	Precio promedio de importación por Kg.	Cuota de mercado
2006	07092000	Asparagus, fresh or chilled.	THAILAND	187,298	2,402,327	12.83	84%
2006	07092000	Asparagus, fresh or chilled.	NETHERLANDS	18,219	258,543	14.19	9%
2006	07092000	Asparagus, fresh or chilled.	AUSTRALIA	13,635	159,653	11.71	6%
2006	07092000	Asparagus, fresh or chilled.	GERMANY	420	21,367	50.87	1%
2006	07092000	Asparagus, fresh or chilled.	FRANCE	290	4,042	13.94	0%
Average price				219,572	2,845,932	12.96	
PORCENTAJE EN IMPORTACIONES TOTALES						2,860,012	100%

2007	07092000	Asparagus, fresh or chilled.	THAILAND	52,642	850,482	16.16	79%
2007	07092000	Asparagus, fresh or chilled.	NETHERLANDS	9,111	156,163	17.14	15%
2007	07092000	Asparagus, fresh or chilled.	GERMANY	560	30,572	54.59	3%
2007	07092000	Asparagus, fresh or chilled.	AUSTRALIA	3,512	28,671	8.16	3%
2007	07092000	Asparagus, fresh or chilled.	KENYA	874	4,024	4.60	0%
Average price				66,699	1,069,912	16.04	
PORCENTAJE EN IMPORTACIONES TOTALES						1,072,538	100%

2008	07092000	Asparagus, fresh or chilled.	THAILAND	49,860	897,677	18.00	71%
2008	07092000	Asparagus, fresh or chilled.	NETHERLANDS	7,992	132,894	16.63	11%
2008	07092000	Asparagus, fresh or chilled.	CHINA	21,160	122,545	5.79	10%
2008	07092000	Asparagus, fresh or chilled.	AUSTRALIA	2,105	34,536	16.41	3%
2008	07092000	Asparagus, fresh or chilled.	ITALY	790	28,266	35.78	2%
Average price				81,907	1,215,918	14.85	
PORCENTAJE EN IMPORTACIONES TOTALES						1,258,481	97%

2009	07092000	Asparagus, fresh or chilled.	THAILAND	197,959	3,385,722	17.10	72%
2009	07092000	Asparagus, fresh or chilled.	NETHERLANDS	49,140	941,821	19.17	20%
2009	07092000	Asparagus, fresh or chilled.	PERU	12,383	267,846	21.63	6%
2009	07092000	Asparagus, fresh or chilled.	GERMANY	1,129	55,623	49.27	1%
2009	07092000	Asparagus, fresh or chilled.	SOUTH AFRICA	4,066	55,002	13.53	1%
Average price				264,677	4,706,014	17.78	
PORCENTAJE EN IMPORTACIONES TOTALES						4,722,850	100%

2010	07092000	Asparagus, fresh or chilled.	THAILAND	336,714	6,000,840	17.82	70%
2010	07092000	Asparagus, fresh or chilled.	PERU	58,353	1,323,123	22.67	15%
2010	07092000	Asparagus, fresh or chilled.	NETHERLANDS	40,078	833,018	20.78	10%
2010	07092000	Asparagus, fresh or chilled.	AUSTRALIA	7,130	193,191	27.10	2%
2010	07092000	Asparagus, fresh or chilled.	USA	6,011	115,412	19.20	1%
Average price				448,286	8,465,584	18.88	
PORCENTAJE EN IMPORTACIONES TOTALES						8,544,661	99%

Crecimiento precio promedio de importación 2006-2010	46%
Precio promedio FOB Perú	8.68
Costo de Transporte	13.2
	21.88

Year	HS Code	HS Code Description	Country	Weight (Kg)	Value (AED)	Precio promedio de importación por Kg.	Cuota de mercado
2006	07108000	Espárragos y otros vegetales cocidos en agua o vapor, congelados	EGYPT	668,747	2,253,609	3.37	27%
2006	07108000	Espárragos y otros vegetales cocidos en agua o vapor, congelados	CHINA	535,102	1,928,195	3.60	23%
2006	07108000	Espárragos y otros vegetales cocidos en agua o vapor, congelados	BELGIUM	592,382	1,886,080	3.18	22%
2006	07108000	Espárragos y otros vegetales cocidos en agua o vapor, congelados	FRANCE	103,315	739,757	7.16	9%
2006	07108000	Espárragos y otros vegetales cocidos en agua o vapor, congelados	UK (UNITED KINGDOM)	36,563	522,464	14.29	6%
Average price				1,936,109	7,330,105	3.79	
PORCENTAJE EN IMPORTACIONES TOTALES					8,487,678	86%	
2007	07108000	Espárragos y otros vegetales cocidos en agua o vapor, congelados	EGYPT	1,679,122	5,475,083	3.26	41%
2007	07108000	Espárragos y otros vegetales cocidos en agua o vapor, congelados	BELGIUM	829,361	3,373,428	4.07	25%
2007	07108000	Espárragos y otros vegetales cocidos en agua o vapor, congelados	CHINA	669,575	1,971,498	2.94	15%
2007	07108000	Espárragos y otros vegetales cocidos en agua o vapor, congelados	FRANCE	150,805	1,269,178	8.42	10%
2007	07108000	Espárragos y otros vegetales cocidos en agua o vapor, congelados	UK (UNITED KINGDOM)	87,364	1,207,968	13.83	9%
Average price				3,416,227	13,297,155	3.89	
PORCENTAJE EN IMPORTACIONES TOTALES					15,078,921	88%	
2008	07108000	Espárragos y otros vegetales cocidos en agua o vapor, congelados	EGYPT	1,999,276	7,498,559	3.75	43%
2008	07108000	Espárragos y otros vegetales cocidos en agua o vapor, congelados	BELGIUM	710,050	3,365,897	4.74	19%
2008	07108000	Espárragos y otros vegetales cocidos en agua o vapor, congelados	FRANCE	223,178	1,356,944	6.08	8%
2008	07108000	Espárragos y otros vegetales cocidos en agua o vapor, congelados	CHINA	359,434	1,286,378	3.58	7%
2008	07108000	Espárragos y otros vegetales cocidos en agua o vapor, congelados	UK (UNITED KINGDOM)	88,894	1,208,430	13.59	7%
Average price				3,380,832	14,716,208	4.35	
PORCENTAJE EN IMPORTACIONES TOTALES					17,443,498	84%	
2009	07108000	Espárragos y otros vegetales cocidos en agua o vapor, congelados	EGYPT	1,567,475	6,148,649	3.92	33%
2009	07108000	Espárragos y otros vegetales cocidos en agua o vapor, congelados	BELGIUM	808,200	4,260,885	5.27	23%
2009	07108000	Espárragos y otros vegetales cocidos en agua o vapor, congelados	CHINA	880,751	2,334,677	2.65	13%
2009	07108000	Espárragos y otros vegetales cocidos en agua o vapor, congelados	INDIA	332,935	1,522,492	4.57	8%
2009	07108000	Espárragos y otros vegetales cocidos en agua o vapor, congelados	FRANCE	223,189	1,342,917	6.02	7%
Average price				3,812,550	15,609,620	4.09	
PORCENTAJE EN IMPORTACIONES TOTALES					18,578,867	84%	
2010	07108000	Espárragos y otros vegetales cocidos en agua o vapor, congelados	EGYPT	1,200,101	5,038,516	4.20	29%
2010	07108000	Espárragos y otros vegetales cocidos en agua o vapor, congelados	BELGIUM	739,850	3,973,409	5.37	23%
2010	07108000	Espárragos y otros vegetales cocidos en agua o vapor, congelados	CHINA	914,377	2,448,392	2.68	14%
2010	07108000	Espárragos y otros vegetales cocidos en agua o vapor, congelados	FRANCE	193,148	1,443,046	7.47	8%
2010	07108000	Espárragos y otros vegetales cocidos en agua o vapor, congelados	INDIA	152,061	1,050,055	6.91	6%
PORCENTAJE EN IMPORTACIONES TOTALES				3,199,537	13,953,418	4.36	
					17,092,589	82%	

Crecimiento precio promedio de importación 2006-2010
 Precio promedio FOB Perú
 Costo de Transporte

15%
 9.85
 0.54
10.39

Year	HS Code	HS Code Description	Country	Weight (Kg)	Value (AED)	Precio promedio de importación por Kg.	Cuota de mercado
2006	07133900	Other beans n.e.s., shelled, whether or not ski	MYANMAR (BURMA)	2,764,317	4,396,452	1.59	39%
2006	07133900	Other beans n.e.s., shelled, whether or not ski	PERU	520,085	1,405,545	2.70	13%
2006	07133900	Other beans n.e.s., shelled, whether or not ski	CHINA	728,917	1,329,881	1.82	12%
2006	07133900	Other beans n.e.s., shelled, whether or not ski	INDIA	451,646	705,235	1.56	6%
2006	07133900	Other beans n.e.s., shelled, whether or not ski	ARGENTINA	224,220	526,167	2.35	5%
Average price				4,689,185	8,363,280	1.78	75%
PORCENTAJE EN IMPORTACIONES TOTALES					11,143,292		75%

2007	07133900	Other beans n.e.s., shelled, whether or not ski	MYANMAR (BURMA)	3,151,409	6,254,017	1.98	34%
2007	07133900	Other beans n.e.s., shelled, whether or not ski	ETHIOPIA	1,590,968	3,771,420	2.37	20%
2007	07133900	Other beans n.e.s., shelled, whether or not ski	CHINA	686,810	1,637,333	2.38	9%
2007	07133900	Other beans n.e.s., shelled, whether or not ski	CANADA	517,554	1,613,055	3.12	9%
2007	07133900	Other beans n.e.s., shelled, whether or not ski	PERU	417,256	1,326,952	3.18	7%
Average price				6,363,997	14,602,777	2.29	
PORCENTAJE EN IMPORTACIONES TOTALES					18,559,363		79%

2008	07133900	Other beans n.e.s., shelled, whether or not ski	MYANMAR (BURMA)	3,693,210	8,118,544	2.20	33%
2008	07133900	Other beans n.e.s., shelled, whether or not ski	CHINA	930,102	3,589,567	3.86	14%
2008	07133900	Other beans n.e.s., shelled, whether or not ski	CANADA	703,798	3,294,222	4.68	13%
2008	07133900	Other beans n.e.s., shelled, whether or not ski	TANZANIA	1,074,656	2,452,859	2.28	10%
2008	07133900	Other beans n.e.s., shelled, whether or not ski	PERU	475,817	1,605,925	3.38	6%
Average price				6,877,583	19,061,117	2.77	
PORCENTAJE EN IMPORTACIONES TOTALES					24,812,897		77%

2009	07133900	Other beans n.e.s., shelled, whether or not ski	MYANMAR (BURMA)	5,925,897	11,837,547	2.00	41%
2009	07133900	Other beans n.e.s., shelled, whether or not ski	CHINA	1,889,005	4,781,054	2.53	17%
2009	07133900	Other beans n.e.s., shelled, whether or not ski	PERU	1,113,912	3,334,156	2.99	12%
2009	07133900	Other beans n.e.s., shelled, whether or not ski	BRAZIL	800,522	1,925,862	2.41	7%
2009	07133900	Other beans n.e.s., shelled, whether or not ski	BELIZE	536,475	1,513,241	2.82	5%
Average price				10,265,811	23,391,860	2.28	
PORCENTAJE EN IMPORTACIONES TOTALES					28,932,757		81%

2010	07133900	Other beans n.e.s., shelled, whether or not ski	MYANMAR (BURMA)	3,767,270	11,707,365	3.11	36%
2010	07133900	Other beans n.e.s., shelled, whether or not ski	PERU	1,965,530	6,363,269	3.24	20%
2010	07133900	Other beans n.e.s., shelled, whether or not ski	CHINA	1,576,990	5,461,491	3.46	17%
2010	07133900	Other beans n.e.s., shelled, whether or not ski	BELIZE	638,014	2,190,702	3.43	7%
2010	07133900	Other beans n.e.s., shelled, whether or not ski	CANADA	420,871	1,447,135	3.44	4%
Average price				8,368,675	27,169,962	3.25	
PORCENTAJE EN IMPORTACIONES TOTALES					32,490,732		84%

Crecimiento precio promedio de importación 2006-2010

Crecimiento Precios Myanmar 2006-2010

Precio promedio FOB Perú

Costo de Transporte

82%

95%

3.76

0.54

4.3

Year	HS Code	HS Code Description	Country	Weight (Kg)	Value (AED)	Precio promedio de importación por Kg.	Cuota de mercado
2006	08030000	Bananas, including plantains, fresh, chilled or dried.	PHILIPPINES	48,408,668	71,112,097	1.47	90%
2006	08030000	Bananas, including plantains, fresh, chilled or dried.	INDIA	1,768,583	7,776,553	4.40	10%
2006	08030000	Bananas, including plantains, fresh, chilled or dried.	MALAYSIA	240,127	308,326	1.28	0%
2006	08030000	Bananas, including plantains, fresh, chilled or dried.	SRI LANKA	29,315	64,354	2.20	0%
2006	08030000	Bananas, including plantains, fresh, chilled or dried.	PAKISTAN	905	2,938	3.25	0%
Average price				50,447,598	79,264,268	1.57	
PORCENTAJE EN IMPORTACIONES TOTALES					79,267,076	100%	

2007	08030000	Bananas, including plantains, fresh, chilled or dried.	PHILIPPINES	71,377,659	111,757,940	1.57	90%
2007	08030000	Bananas, including plantains, fresh, chilled or dried.	INDIA	2,229,367	10,287,843	4.61	8%
2007	08030000	Bananas, including plantains, fresh, chilled or dried.	SRI LANKA	623,015	1,288,716	2.07	1%
2007	08030000	Bananas, including plantains, fresh, chilled or dried.	INDONESIA	228,085	424,335	1.86	0%
2007	08030000	Bananas, including plantains, fresh, chilled or dried.	MALAYSIA	286,286	377,544	1.32	0%
Average price				74,744,412	124,136,378	1.66	
PORCENTAJE EN IMPORTACIONES TOTALES					124,374,668	100%	

2008	08030000	Bananas, including plantains, fresh, chilled or dried.	PHILIPPINES	84,425,063	148,102,818	1.75	92%
2008	08030000	Bananas, including plantains, fresh, chilled or dried.	INDIA	3,070,177	10,794,076	3.52	7%
2008	08030000	Bananas, including plantains, fresh, chilled or dried.	SRI LANKA	802,829	1,639,700	2.04	1%
2008	08030000	Bananas, including plantains, fresh, chilled or dried.	SULTANATE OF OMAN	80,500	237,783	2.95	0%
2008	08030000	Bananas, including plantains, fresh, chilled or dried.	MALAYSIA	81,796	113,183	1.38	0%
Average price				88,460,365	160,887,560	1.82	
PORCENTAJE EN IMPORTACIONES TOTALES					160,973,979	100%	

2009	08030000	Bananas, including plantains, fresh, chilled or dried.	PHILIPPINES	57,556,483	98,563,901	1.71	68%
2009	08030000	Bananas, including plantains, fresh, chilled or dried.	INDIA	13,160,283	38,382,423	2.92	27%
2009	08030000	Bananas, including plantains, fresh, chilled or dried.	SRI LANKA	1,452,014	2,717,929	1.87	2%
2009	08030000	Bananas, including plantains, fresh, chilled or dried.	ECUADOR	708,670	1,629,180	2.30	1%
2009	08030000	Bananas, including plantains, fresh, chilled or dried.	SULTANATE OF OMAN	717,434	1,524,969	2.13	1%
Average price				73,594,884	142,818,402	1.94	
PORCENTAJE EN IMPORTACIONES TOTALES					144,289,715	99%	

2010	08030000	Bananas, including plantains, fresh, chilled or dried.	PHILIPPINES	68,154,307	126,657,465	1.86	73%
2010	08030000	Bananas, including plantains, fresh, chilled or dried.	INDIA	11,354,589	37,333,336	3.29	21%
2010	08030000	Bananas, including plantains, fresh, chilled or dried.	SRI LANKA	2,002,556	4,467,354	2.23	3%
2010	08030000	Bananas, including plantains, fresh, chilled or dried.	SULTANATE OF OMAN	2,182,241	3,379,912	1.55	2%
2010	08030000	Bananas, including plantains, fresh, chilled or dried.	ECUADOR	779,546	1,782,996	2.29	1%
Average price				84,473,239	173,621,063	2.06	
PORCENTAJE EN IMPORTACIONES TOTALES					173,885,508	100%	

Crecimiento precio promedio de importación 2006-2010
 Precio promedio FOB Perú
 Costo Transporte

31%
 2.31
 0.54
 2.85

Year	HS Code	HS Code Description	Country	Weight (Kg)	Value (AED)	Precio promedio de importación por Kg.	Cuota de mercado
2006	08044000	Avocados, fresh, chilled or dr	KENYA	1,604,677	9,410,490	5.86	78%
2006	08044000	Avocados, fresh, chilled or dr	AUSTRALIA	141,962	1,304,374	9.19	11%
2006	08044000	Avocados, fresh, chilled or dr	SOUTH AFRICA	135,592	569,022	4.20	5%
2006	08044000	Avocados, fresh, chilled or dr	SPAIN	36,051	252,932	7.02	2%
2006	08044000	Avocados, fresh, chilled or dr	EGYPT	32,061	127,347	3.97	1%
Average price				1,950,343	11,664,165	5.98	
PORCENTAJE EN IMPORTACIONES TOTALES						12,010,438	97%

2007	08044000	Avocados, fresh, chilled or dr	KENYA	1,565,748	7,799,636	4.98	89%
2007	08044000	Avocados, fresh, chilled or dr	AUSTRALIA	34,641	409,990	11.84	5%
2007	08044000	Avocados, fresh, chilled or dr	SOUTH AFRICA	110,047	371,254	3.37	4%
2007	08044000	Avocados, fresh, chilled or dr	SPAIN	5,063	88,623	17.50	1%
2007	08044000	Avocados, fresh, chilled or dr	NETHERLANDS	3,449	49,324	14.30	1%
Average price				1,718,948	8,718,827	5.07	
PORCENTAJE EN IMPORTACIONES TOTALES						8,798,295	99%

2008	08044000	Avocados, fresh, chilled or dr	KENYA	2,195,071	11,289,242	5.14	87%
2008	08044000	Avocados, fresh, chilled or dr	SOUTH AFRICA	262,303	1,072,379	4.09	8%
2008	08044000	Avocados, fresh, chilled or dr	AUSTRALIA	38,626	451,820	11.70	3%
2008	08044000	Avocados, fresh, chilled or dr	UGANDA	19,498	144,866	7.43	1%
2008	08044000	Avocados, fresh, chilled or dr	ETHIOPIA	4,100	26,259	6.40	0%
Average price				2,519,598	12,984,566	5.15	
PORCENTAJE EN IMPORTACIONES TOTALES						13,020,038	100%

2009	08044000	Avocados, fresh, chilled or dr	KENYA	2,647,170	11,228,459	4.24	78%
2009	08044000	Avocados, fresh, chilled or dr	AUSTRALIA	138,866	1,849,838	13.32	13%
2009	08044000	Avocados, fresh, chilled or dr	SOUTH AFRICA	193,676	745,451	3.85	5%
2009	08044000	Avocados, fresh, chilled or dr	NETHERLANDS	23,224	336,060	14.47	2%
2009	08044000	Avocados, fresh, chilled or dr	UGANDA	17,947	129,609	7.22	1%
Average price				3,020,883	14,289,417	4.73	
PORCENTAJE EN IMPORTACIONES TOTALES						14,400,004	99%

2010	08044000	Avocados, fresh, chilled or dr	KENYA	3,542,661	16,128,985	4.55	72%
2010	08044000	Avocados, fresh, chilled or dr	AUSTRALIA	178,049	2,569,638	14.43	11%
2010	08044000	Avocados, fresh, chilled or dr	SOUTH AFRICA	320,572	1,473,736	4.60	7%
2010	08044000	Avocados, fresh, chilled or dr	NETHERLANDS	92,025	1,194,168	12.98	5%
2010	08044000	Avocados, fresh, chilled or dr	USA	20,072	342,564	17.07	2%
Average price				4,153,379	21,709,091	5.23	
PORCENTAJE EN IMPORTACIONES TOTALES						22,516,964	96%

Crecimiento precio promedio de importación 2006-2010

-13%

Precio promedio FOB Perú

5.22

Costo de transporte

13.02

18.24

Year	HS Code	HS Code Description	Country	Weight (Kg)	Value (AED)	Precio promedio de importación por Kg.	Cuota de mercado
2006	08045020	Mangoes, fresh, chilled or dried.	INDIA	26,325,833	65,216,238	2.48	55%
2006	08045020	Mangoes, fresh, chilled or dried.	PAKISTAN	34,578,260	30,262,754	0.88	26%
2006	08045020	Mangoes, fresh, chilled or dried.	KENYA	2,815,776	15,975,967	5.67	14%
2006	08045020	Mangoes, fresh, chilled or dried.	AUSTRALIA	242,332	3,011,047	12.43	3%
2006	08045020	Mangoes, fresh, chilled or dried.	INDONESIA	166,370	1,092,212	6.56	1%
Average price				64,128,571	115,558,218	1.80	
PORCENTAJE EN IMPORTACIONES TOTALES							98%

2007	08045020	Mangoes, fresh, chilled or dried.	INDIA	24,492,423	74,554,058	3.04	56%
2007	08045020	Mangoes, fresh, chilled or dried.	PAKISTAN	34,283,500	34,020,211	0.99	25%
2007	08045020	Mangoes, fresh, chilled or dried.	KENYA	2,593,171	17,637,780	6.80	13%
2007	08045020	Mangoes, fresh, chilled or dried.	AUSTRALIA	206,345	2,647,542	12.83	2%
2007	08045020	Mangoes, fresh, chilled or dried.	INDONESIA	286,951	1,609,698	5.61	1%
Average price				61,862,390	130,469,289	2.11	
PORCENTAJE EN IMPORTACIONES TOTALES							98%

2008	08052000	Mandarins (including tangerines & sa	PAKISTAN	39,850,339	35,123,885	0.88	26%
2008	08052000	Mandarins (including tangerines & sa	SOUTH AFRI	3,813,777	12,131,681	3.18	9%
2008	08052000	Mandarins (including tangerines & sa	AUSTRALIA	2,567,134	11,205,285	4.36	8%
2008	08052000	Mandarins (including tangerines & sa	SPAIN	936,239	4,440,246	4.74	3%
2008	08052000	Mandarins (including tangerines & sa	CHINA	1,274,355	3,346,842	2.63	2%
Average price				48,441,844	66,247,939	1.37	
PORCENTAJE EN IMPORTACIONES TOTALES							49%

2009	08045020	Mangoes, fresh, chilled or dried.	INDIA	25,269,868	87,436,436	3.46	54%
2009	08045020	Mangoes, fresh, chilled or dried.	PAKISTAN	39,159,065	34,784,779	0.89	21%
2009	08045020	Mangoes, fresh, chilled or dried.	KENYA	4,118,074	26,144,804	6.35	16%
2009	08045020	Mangoes, fresh, chilled or dried.	INDONESIA	441,843	4,762,264	10.78	3%
2009	08045020	Mangoes, fresh, chilled or dried.	AUSTRALIA	185,082	2,693,169	14.55	2%
Average price				69,173,932	155,821,452	2.25	
PORCENTAJE EN IMPORTACIONES TOTALES							96%

2010	08045020	Mangoes, fresh, chilled or dried.	INDIA	26,618,964	107,723,027	4.05	55%
2010	08045020	Mangoes, fresh, chilled or dried.	PAKISTAN	37,357,537	44,119,990	1.18	22%
2010	08045020	Mangoes, fresh, chilled or dried.	KENYA	4,489,217	28,051,099	6.25	14%
2010	08045020	Mangoes, fresh, chilled or dried.	AUSTRALIA	406,895	7,027,470	17.27	4%
2010	08045020	Mangoes, fresh, chilled or dried.	INDONESIA	316,203	3,328,860	10.53	2%
Average price				69,188,816	190,250,446	2.75	
PORCENTAJE EN IMPORTACIONES TOTALES							96%

Average price growth 2006-2010	53%
Crecimiento del precio de Pakistán	-0.3445978
Precio promedio FOB Perú	3.38
Costo del transporte	13.2
	16.58

Year	HS Code	HS Code Description	Country	Weight (Kg)	Value (AED)	Precio promedio de importación por Kg.	Cuota de mercado
2006	08052000	Mandarins (including tangerines & sa	PAKISTAN	36,316,531	27,100,554	0.75	59%
2006	08052000	Mandarins (including tangerines & sa	AUSTRALIA	1,966,948	8,355,983	4.25	18%
2006	08052000	Mandarins (including tangerines & sa	SOUTH AFRICA	1,636,059	4,264,945	2.61	9%
2006	08052000	Mandarins (including tangerines & sa	EGYPT	1,373,974	1,650,860	1.20	4%
2006	08052000	Mandarins (including tangerines & sa	SPAIN	563,754	1,638,150	2.91	4%
Average price				41,857,266	43,010,492	1.03	
PORCENTAJE EN IMPORTACIONES TOTALES					45,999,813	94%	

2007	08052000	Mandarins (including tangerines & sa	PAKISTAN	21,184,342	19,828,401	0.94	36%
2007	08052000	Mandarins (including tangerines & sa	SOUTH AFRICA	3,395,772	10,382,088	3.06	19%
2007	08052000	Mandarins (including tangerines & sa	EGYPT	5,455,273	8,107,563	1.49	15%
2007	08052000	Mandarins (including tangerines & sa	AUSTRALIA	1,326,695	6,241,058	4.70	11%
2007	08052000	Mandarins (including tangerines & sa	SPAIN	797,686	2,989,178	3.75	5%
Average price				32,159,768	47,548,288	1.48	
PORCENTAJE EN IMPORTACIONES TOTALES					54,450,643	87%	

2008	08052000	Mandarins (including tangerines & sa	PAKISTAN	39,850,339	35,123,885	0.88	48%
2008	08052000	Mandarins (including tangerines & sa	SOUTH AFRICA	3,813,777	12,131,681	3.18	17%
2008	08052000	Mandarins (including tangerines & sa	AUSTRALIA	2,567,134	11,205,285	4.36	15%
2008	08052000	Mandarins (including tangerines & sa	SPAIN	936,239	4,440,246	4.74	6%
2008	08052000	Mandarins (including tangerines & sa	CHINA	1,274,355	3,346,842	2.63	5%
Average price				48,441,844	66,247,939	1.37	
PORCENTAJE EN IMPORTACIONES TOTALES					73,101,980	91%	

2009	08052000	Mandarins (including tangerines & sa	PAKISTAN	31,107,790	25,627,281	0.82	38%
2009	08052000	Mandarins (including tangerines & sa	AUSTRALIA	3,572,487	16,592,901	4.64	24%
2009	08052000	Mandarins (including tangerines & sa	SOUTH AFRICA	3,558,849	10,665,504	3.00	16%
2009	08052000	Mandarins (including tangerines & sa	CHINA	1,877,883	4,354,152	2.32	6%
2009	08052000	Mandarins (including tangerines & sa	ARGENTINA	813,784	3,030,891	3.72	4%
Average price				40,930,793	60,270,729	1.47	
PORCENTAJE EN IMPORTACIONES TOTALES					68,324,223	88%	

2010	08052000	Mandarins (including tangerines & sa	PAKISTAN	52,917,005	49,150,662	0.93	45%
2010	08052000	Mandarins (including tangerines & sa	SOUTH AFRICA	5,108,950	18,642,477	3.65	17%
2010	08052000	Mandarins (including tangerines & sa	AUSTRALIA	2,271,163	12,449,758	5.48	11%
2010	08052000	Mandarins (including tangerines & sa	CHINA	4,166,166	10,687,982	2.57	10%
2010	08052000	Mandarins (including tangerines & sa	SPAIN	2,079,874	9,315,922	4.48	8%
Average price				66,543,158	100,246,801	1.51	
PORCENTAJE EN IMPORTACIONES TOTALES					109,619,496	91%	

	Via aerea	Via Mar
Crecimiento precio promedio de importación 2006-2010	47%	
Precio promedio FOB Perú	3.5	3.5
Costo de Transporte	13.02	0.54
	16.52	4.04

Year	HS Code	HS Code Description	Country	Weight (Kg)	Value (AED)	Precio promedio de importación por Kg.	Cuota de mercado
2006	08061000	Grapes, fresh or chilled.	INDIA	11,723,912	33,646,440	2.87	36%
2006	08061000	Grapes, fresh or chilled.	SOUTH AFRICA	6,231,803	29,793,802	4.78	32%
2006	08061000	Grapes, fresh or chilled.	AUSTRALIA	1,627,541	12,124,718	7.45	13%
2006	08061000	Grapes, fresh or chilled.	USA	1,159,710	8,957,189	7.72	10%
2006	08061000	Grapes, fresh or chilled.	ITALY	602,868	2,986,469	4.95	3%
Average price				21,345,834	87,508,618	4.10	
PORCENTAJE EN IMPORTACIONES TOTALES					93,788,261	93%	

2007	08061000	Grapes, fresh or chilled.	INDIA	11,072,366	36,341,793	3.28	37%
2007	08061000	Grapes, fresh or chilled.	SOUTH AFRICA	4,691,421	23,466,800	5.00	24%
2007	08061000	Grapes, fresh or chilled.	USA	1,576,634	13,896,081	8.81	14%
2007	08061000	Grapes, fresh or chilled.	AUSTRALIA	1,627,863	10,494,872	6.45	11%
2007	08061000	Grapes, fresh or chilled.	CHILE	1,743,013	6,847,903	3.93	7%
Average price				20,711,297	91,047,449	4.40	
PORCENTAJE EN IMPORTACIONES TOTALES					99,345,693	92%	

2008	08061000	Grapes, fresh or chilled.	INDIA	12,991,764	47,419,866	3.65	35%
2008	08061000	Grapes, fresh or chilled.	SOUTH AFRICA	4,721,314	28,256,897	5.98	21%
2008	08061000	Grapes, fresh or chilled.	USA	2,494,066	22,073,412	8.85	16%
2008	08061000	Grapes, fresh or chilled.	AUSTRALIA	1,850,651	15,040,216	8.13	11%
2008	08061000	Grapes, fresh or chilled.	CHILE	2,198,305	11,057,185	5.03	8%
Average price				24,256,100	123,847,576	5.11	
PORCENTAJE EN IMPORTACIONES TOTALES					135,801,888	91%	

2009	08061000	Grapes, fresh or chilled.	INDIA	12,461,255	41,034,079	3.29	28%
2009	08061000	Grapes, fresh or chilled.	SOUTH AFRICA	7,015,869	40,099,095	5.72	27%
2009	08061000	Grapes, fresh or chilled.	USA	3,179,684	26,821,391	8.44	18%
2009	08061000	Grapes, fresh or chilled.	AUSTRALIA	2,721,617	19,541,263	7.18	13%
2009	08061000	Grapes, fresh or chilled.	CHILE	1,268,737	7,736,625	6.10	5%
Average price				26,647,162	135,232,453	5.07	
PORCENTAJE EN IMPORTACIONES TOTALES					148,440,280	91%	

2010	08061000	Grapes, fresh or chilled.	SOUTH AFRICA	8,370,353	59,145,070	7.07	32%
2010	08061000	Grapes, fresh or chilled.	INDIA	10,807,895	45,714,748	4.23	24%
2010	08061000	Grapes, fresh or chilled.	USA	3,956,423	34,280,453	8.66	18%
2010	08061000	Grapes, fresh or chilled.	CHILE	1,796,836	11,177,314	6.22	6%
2010	08061000	Grapes, fresh or chilled.	EGYPT	1,593,882	10,240,217	6.42	5%
Average price				26,525,389	160,557,802	6.05	
PORCENTAJE EN IMPORTACIONES TOTALES					187,391,948	86%	

Crecimiento precio promedio de importación 2006-2010	48%
Precio promedio FOB Perú	8.81
Costo del transporte	0.54
	9.35

Year	HS Code	HS Code Description	Country	Weight (Kg)	Value (AED)	Precio promedio de importación por Kg.
2006	08119000	Mango y maracuyá congelados y otras frutas congelada	NETHERLANDS	89,070	917,263	10.30
2006	08119000	Mango y maracuyá congelados y otras frutas congelada	INDIA	64,073	133,667	2.09
2006	08119000	Mango y maracuyá congelados y otras frutas congelada	EGYPT	31,463	97,459	3.10
2006	08119000	Mango y maracuyá congelados y otras frutas congelada	FRANCE	6,630	96,981	14.63
2006	08119000	Mango y maracuyá congelados y otras frutas congelada	SRI LANKA	71,700	50,390	0.70
	Average price			262,936	1,295,760	4.93
	PORCENTAJE EN IMPORTACIONES TOTALES				1,308,392	99%

2007	08119000	Mango y maracuyá congelados y otras frutas congelada	SOUTH AFRICA	42,000	262,524	6.25
2007	08119000	Mango y maracuyá congelados y otras frutas congelada	NETHERLANDS	23,953	250,374	10.45
2007	08119000	Mango y maracuyá congelados y otras frutas congelada	FRANCE	12,900	221,543	17.17
2007	08119000	Mango y maracuyá congelados y otras frutas congelada	CHINA	10,335	185,580	17.96
2007	08119000	Mango y maracuyá congelados y otras frutas congelada	GREECE	9,500	66,758	7.03
	Average price			98,688	986,779	10.00
	PORCENTAJE EN IMPORTACIONES TOTALES				1,184,121	83%

2008	08119000	Mango y maracuyá congelados y otras frutas congelada	FRANCE	100,034	2,399,102	23.98
2008	08119000	Mango y maracuyá congelados y otras frutas congelada	NETHERLANDS	66,708	982,092	14.72
2008	08119000	Mango y maracuyá congelados y otras frutas congelada	POLAND	19,750	275,287	13.94
2008	08119000	Mango y maracuyá congelados y otras frutas congelada	INDIA	103,170	220,297	2.14
2008	08119000	Mango y maracuyá congelados y otras frutas congelada	ITALY	11,393	174,381	15.31
	Average price			301,055	4,051,159	13.46
	PORCENTAJE EN IMPORTACIONES TOTALES				4,321,673	94%

2009	08119000	Mango y maracuyá congelados y otras frutas congelada	FRANCE	93,884	2,018,601	21.50
2009	08119000	Mango y maracuyá congelados y otras frutas congelada	INDIA	142,669	513,732	3.60
2009	08119000	Mango y maracuyá congelados y otras frutas congelada	NETHERLANDS	23,098	370,239	16.03
2009	08119000	Mango y maracuyá congelados y otras frutas congelada	USA	41,987	369,167	8.79
2009	08119000	Mango y maracuyá congelados y otras frutas congelada	CANADA	43,615	322,445	7.39
	Average price			345,253	3,594,184	10.41
	PORCENTAJE EN IMPORTACIONES TOTALES				4,338,949	83%

Crecimiento precio promedio de importación 2006-2010

64%

Mango congelado precio promedio FOB Perú

5.51

Costo del Transporte

0.54

6.05

Maracuyá congelada Precio promedio FOB Perú

8.24

Costo de Transporte

0.54

8.78

Year	HS Code	HS Code Description	Country	Weight (Kg)	Value (AED)	Precio promedio de importación por Kg.	Cuota de mercado
2006	09042000	Fruits of the genus Capsicum or of the genus Pimenta	INDIA	4,088,857	10,333,788	2.53	47%
2006	09042000	Fruits of the genus Capsicum or of the genus Pimenta	MEXICO	518,512	4,389,643	8.47	20%
2006	09042000	Fruits of the genus Capsicum or of the genus Pimenta	PAKISTAN	1,372,138	3,211,285	2.34	15%
2006	09042000	Fruits of the genus Capsicum or of the genus Pimenta	USA	864,682	2,454,761	2.84	11%
2006	09042000	Fruits of the genus Capsicum or of the genus Pimenta	MALTA	85,367	457,431	5.36	2%
Average price				6,929,556	20,846,908	3.01	
PORCENTAJE EN IMPORTACIONES TOTALES						22,000,746	95%

2007	09042000	Fruits of the genus Capsicum or of the genus Pimenta	INDIA	6,345,440	19,585,741	3.09	79%
2007	09042000	Fruits of the genus Capsicum or of the genus Pimenta	PAKISTAN	856,723	2,832,991	3.31	11%
2007	09042000	Fruits of the genus Capsicum or of the genus Pimenta	MEXICO	322,900	1,071,942	3.32	4%
2007	09042000	Fruits of the genus Capsicum or of the genus Pimenta	MALTA	184,063	526,358	2.86	2%
2007	09042000	Fruits of the genus Capsicum or of the genus Pimenta	CHINA	35,240	150,220	4.26	1%
Average price				7,744,366	24,167,252	3.12	
PORCENTAJE EN IMPORTACIONES TOTALES						24,899,762	97%

2008	09042000	Fruits of the genus Capsicum or of the genus Pimenta	INDIA	7,803,843	28,616,875	3.67	80%
2008	09042000	Fruits of the genus Capsicum or of the genus Pimenta	MEXICO	282,908	3,160,867	11.17	9%
2008	09042000	Fruits of the genus Capsicum or of the genus Pimenta	PAKISTAN	665,592	2,502,282	3.76	7%
2008	09042000	Fruits of the genus Capsicum or of the genus Pimenta	CHINA	133,432	653,446	4.90	2%
2008	09042000	Fruits of the genus Capsicum or of the genus Pimenta	SPAIN	27,983	258,622	9.24	1%
Average price				8,913,758	35,192,092	3.95	
PORCENTAJE EN IMPORTACIONES TOTALES						35,822,325	98%

2009	09042000	Fruits of the genus Capsicum or of the genus Pimenta	INDIA	7,016,997	22,431,802	3.20	74%
2009	09042000	Fruits of the genus Capsicum or of the genus Pimenta	PAKISTAN	1,247,921	3,790,354	3.04	12%
2009	09042000	Fruits of the genus Capsicum or of the genus Pimenta	MEXICO	284,643	2,075,302	7.29	7%
2009	09042000	Fruits of the genus Capsicum or of the genus Pimenta	SPAIN	59,061	661,954	11.21	2%
2009	09042000	Fruits of the genus Capsicum or of the genus Pimenta	TURKEY	54,250	310,838	5.73	1%
Average price				8,662,872	29,270,250	3.38	
PORCENTAJE EN IMPORTACIONES TOTALES						30,337,564	96%

2010	09042000	Fruits of the genus Capsicum or of the genus Pimenta	INDIA	7,155,262	25,328,800	3.54	74%
2010	09042000	Fruits of the genus Capsicum or of the genus Pimenta	PAKISTAN	1,714,091	5,692,911	3.32	17%
2010	09042000	Fruits of the genus Capsicum or of the genus Pimenta	MEXICO	197,185	1,192,640	6.05	3%
2010	09042000	Fruits of the genus Capsicum or of the genus Pimenta	SPAIN	29,634	388,468	13.11	1%
2010	09042000	Fruits of the genus Capsicum or of the genus Pimenta	SOUTH KOREA	19,286	364,460	18.90	1%
Average price				9,115,458	32,967,279	3.62	
PORCENTAJE EN IMPORTACIONES TOTALES						34,173,075	96%

Crecimiento precio promedio de importación 2006-2010

20%

Transporte Aere: Transporte Maritimo

Precio promedio FOB Perú

8.55 8.55

13.2 0.54

21.75 9.09

Year	HS Code	HS Code Description	Country	Weight (Kg)	Value (AED)	Precio promedio de importación por Kg.	Cuota de mercado
2006	20055100	Frijoles desvainados	ITALY	1,444,038	2,553,003	1.77	27%
2006	20055100	Beans (Vigna spp., Phaseolus spp.), she	UK (UNITED KINGDOM)	409,572	2,091,005	5.11	22%
2006	20055100	Beans (Vigna spp., Phaseolus spp.), she	SPAIN	583,773	2,070,153	3.55	22%
2006	20055100	Beans (Vigna spp., Phaseolus spp.), she	CHINA	1,161,534	1,515,784	1.30	16%
2006	20055100	Beans (Vigna spp., Phaseolus spp.), she	USA	80,225	476,374	5.94	5%
Average price				3,679,142	8,706,319	2.37	
PORCENTAJE EN IMPORTACIONES TOTALES					9,508,520	92%	

2007	20055100	Beans (Vigna spp., Phaseolus spp.), she	JEBEL ALI F.Z.	12,480,000	46,384,042	3.72	82%
2007	20055100	Beans (Vigna spp., Phaseolus spp.), she	ITALY	1,876,882	3,716,634	1.98	7%
2007	20055100	Beans (Vigna spp., Phaseolus spp.), she	SPAIN	487,256	2,018,965	4.14	4%
2007	20055100	Beans (Vigna spp., Phaseolus spp.), she	CHINA	1,253,505	1,914,523	1.53	3%
2007	20055100	Beans (Vigna spp., Phaseolus spp.), she	UK (UNITED KINGDOM)	249,229	1,424,929	5.72	3%
Average price				16,346,872	55,459,093	3.39	
PORCENTAJE EN IMPORTACIONES TOTALES					56,228,396	99%	

2008	20055100	Beans (Vigna spp., Phaseolus spp.), she	JEBEL ALI F.Z.	14,790,000	27,705,726	1.87	68%
2008	20055100	Beans (Vigna spp., Phaseolus spp.), she	ITALY	2,586,451	6,861,796	2.65	17%
2008	20055100	Beans (Vigna spp., Phaseolus spp.), she	CHINA	1,055,263	2,229,109	2.11	5%
2008	20055100	Beans (Vigna spp., Phaseolus spp.), she	SPAIN	283,563	1,299,541	4.58	3%
2008	20055100	Beans (Vigna spp., Phaseolus spp.), she	UK (UNITED KINGDOM)	217,290	1,242,907	5.72	3%
Average price				18,932,567	39,339,079	2.08	
PORCENTAJE EN IMPORTACIONES TOTALES					40,765,186	97%	

2009	20055100	Beans (Vigna spp., Phaseolus spp.), she	JEBEL ALI F.Z.	14,400,000	28,623,465	1.99	63%
2009	20055100	Beans (Vigna spp., Phaseolus spp.), she	ITALY	2,081,480	5,306,219	2.55	12%
2009	20055100	Beans (Vigna spp., Phaseolus spp.), she	SPAIN	1,849,697	3,995,658	2.16	9%
2009	20055100	Beans (Vigna spp., Phaseolus spp.), she	USA	1,246,030	2,738,429	2.20	6%
2009	20055100	Beans (Vigna spp., Phaseolus spp.), she	UK (UNITED KINGDOM)	288,839	1,566,371	5.42	3%
Average price				19,866,046	42,230,142	2.13	
PORCENTAJE EN IMPORTACIONES TOTALES					45,188,255	93%	

2010	20055100	Beans (Vigna spp., Phaseolus spp.), she	JEBEL ALI F.Z.	13,849,500	13,001,041	0.94	47%
2010	20055100	Beans (Vigna spp., Phaseolus spp.), she	ITALY	2,728,421	6,593,910	2.42	24%
2010	20055100	Beans (Vigna spp., Phaseolus spp.), she	UK (UNITED KINGDOM)	792,712	5,243,090	6.61	19%
2010	20055100	Beans (Vigna spp., Phaseolus spp.), she	CHINA	894,189	1,669,696	1.87	6%
2010	20055100	Beans (Vigna spp., Phaseolus spp.), she	USA	69,168	591,826	8.56	2%
Average price				18,333,990	27,099,563	1.48	
PORCENTAJE EN IMPORTACIONES TOTALES					27,925,132	97%	

Crecimiento precio promedio de importación 2006-2010

-38%

Precio promedio FOB Peru

4.53

Year	HS Code	HS Code Description	Country	Weight (Kg)	Value (AED)	Precio promedio de importación por Kg.	Cuota de mercado
2006	20056000	Asparagus, not frozen, prepared or preserved otherwise than by v	CHINA	98,132	287,533	2.93	82%
2006	20056000	Asparagus, not frozen, prepared or preserved otherwise than by v	SPAIN	9,000	35,171	3.91	10%
2006	20056000	Asparagus, not frozen, prepared or preserved otherwise than by v	GERMANY	400	27,392	68.48	8%
2006	20056000	Asparagus, not frozen, prepared or preserved otherwise than by v	USA	87	1,098	12.62	0%
	Average price			107,619	351,194	3.26	
	PORCENTAJE EN IMPORTACIONES TOTALES				351,194	1.00	

2007	20056000	Asparagus, not frozen, prepared or preserved otherwise than by v	CHINA	99,052	454,042	4.58	66%
2007	20056000	Asparagus, not frozen, prepared or preserved otherwise than by v	SPAIN	22,493	151,851	6.75	22%
2007	20056000	Asparagus, not frozen, prepared or preserved otherwise than by v	USA	3,867	61,793	15.98	9%
2007	20056000	Asparagus, not frozen, prepared or preserved otherwise than by v	GERMANY	250	16,507	66.03	2%
	Average price			125,662	684,193	5.44	
	PORCENTAJE EN IMPORTACIONES TOTALES				684,193	1.00	

2008	20056000	Asparagus, not frozen, prepared or preserved otherwise than by v	CHINA	117,596	571,586	4.86	71%
2008	20056000	Asparagus, not frozen, prepared or preserved otherwise than by v	USA	15,972	211,005	13.21	26%
2008	20056000	Asparagus, not frozen, prepared or preserved otherwise than by v	GERMANY	260	21,620	83.15	3%
	Average price			133,828	804,211	6.01	
	PORCENTAJE EN IMPORTACIONES TOTALES				804,211	1.00	

2009	20056000	Asparagus, not frozen, prepared or preserved otherwise than by v	CHINA	65,185	256,697	3.94	85%
2009	20056000	Asparagus, not frozen, prepared or preserved otherwise than by v	NETHERLANDS	1,100	26,892	24.45	9%
2009	20056000	Asparagus, not frozen, prepared or preserved otherwise than by v	USA	592	19,016	32.12	6%
	Average price			66,877	302,605	4.52	
	PORCENTAJE EN IMPORTACIONES TOTALES				302,605	1.00	

2010	20056000	Asparagus, not frozen, prepared or preserved otherwise than by v	CHINA	77,094	307,755	3.99	69.4%
2010	20056000	Asparagus, not frozen, prepared or preserved otherwise than by v	FRANCE	9,620	88,526	9.20	20.0%
2010	20056000	Asparagus, not frozen, prepared or preserved otherwise than by v	USA	2,267	34,786	15.34	7.8%
2010	20056000	Asparagus, not frozen, prepared or preserved otherwise than by v	SPAIN	2,855	8,427	2.95	1.9%
2010	20056000	Asparagus, not frozen, prepared or preserved otherwise than by v	AUSTRALIA	93	1,916	20.60	0.4%
	Average price			91,929	441,410	4.80	
	PORCENTAJE EN IMPORTACIONES TOTALES				443,248	100%	

Crecimiento precio promedio de importación 2006-2010
 Precio promedio FOB Perú

47%
 7.54



Year	HS Code	HS Code Description	Country	Weight (Kg)	Value (AED)	Precio promedio de importación por Kg.	Cuota de mercado
2006	20089900	Fruit, nuts & other edible parts of plants other	INDIA	10,480,393	21,023,699	2.01	81%
2006	20089900	Fruit, nuts & other edible parts of plants other	THAILAND	374,536	1,250,183	3.34	5%
2006	20089900	Fruit, nuts & other edible parts of plants other	USA	39,965	456,444	11.42	2%
2006	20089900	Fruit, nuts & other edible parts of plants other	SOUTH AFRICA	84,880	405,826	4.78	2%
2006	20089900	Fruit, nuts & other edible parts of plants other	LEBANON	67,939	372,848	5.49	1%
Average price				11,047,713	23,509,000	2.13	
PORCENTAJE SOBRE IMPORTACIONES TOTALES					25,806,940	91%	

2007	20089900	Fruit, nuts & other edible parts of plants other	INDIA	9,733,899	21,516,871	2.21	71%
2007	20089900	Fruit, nuts & other edible parts of plants other	USA	173,355	1,372,752	7.92	5%
2007	20089900	Fruit, nuts & other edible parts of plants other	THAILAND	433,420	1,349,499	3.11	4%
2007	20089900	Fruit, nuts & other edible parts of plants other	TURKEY	209,508	897,981	4.29	3%
2007	20089900	Fruit, nuts & other edible parts of plants other	FRANCE	48,827	876,069	17.94	3%
Average price				10,599,009	26,013,172	2.45	
PORCENTAJE SOBRE IMPORTACIONES TOTALES					30,258,275	86%	

2008	20089900	Fruit, nuts & other edible parts of plants other	INDIA	13,398,465	38,233,539	2.85	69%
2008	20089900	Fruit, nuts & other edible parts of plants other	USA	340,486	2,952,548	8.67	5%
2008	20089900	Fruit, nuts & other edible parts of plants other	PAKISTAN	975,687	2,530,737	2.59	5%
2008	20089900	Fruit, nuts & other edible parts of plants other	THAILAND	726,708	1,831,658	2.52	3%
2008	20089900	Fruit, nuts & other edible parts of plants other	SOUTH AFRICA	428,327	1,699,268	3.97	3%
Average price				15,869,673	47,247,750	2.98	
PORCENTAJE SOBRE IMPORTACIONES TOTALES					55,525,255	85%	

2009	20089900	Fruit, nuts & other edible parts of plants other	INDIA	9,977,937	27,669,855	2.77	67%
2009	20089900	Fruit, nuts & other edible parts of plants other	USA	219,846	2,175,094	9.89	5%
2009	20089900	Fruit, nuts & other edible parts of plants other	SOUTH AFRICA	387,267	1,654,893	4.27	4%
2009	20089900	Fruit, nuts & other edible parts of plants other	THAILAND	668,951	1,541,265	2.30	4%
2009	20089900	Fruit, nuts & other edible parts of plants other	PAKISTAN	505,854	1,373,684	2.72	3%
Average price				11,759,855	34,414,791	2.93	
PORCENTAJE SOBRE IMPORTACIONES TOTALES					41,218,802	83%	

2010	20089900	Fruit, nuts & other edible parts of plants other	INDIA	9,395,088	26,190,265	2.79	52%
2010	20089900	Fruit, nuts & other edible parts of plants other	USA	901,223	8,511,586	9.44	17%
2010	20089900	Fruit, nuts & other edible parts of plants other	VIETNAM	313,296	2,377,854	7.59	5%
2010	20089900	Fruit, nuts & other edible parts of plants other	THAILAND	792,566	2,250,066	2.84	4%
2010	20089900	Fruit, nuts & other edible parts of plants other	SOUTH AFRICA	341,679	1,520,922	4.45	3%
Average price				11,743,852	40,850,693	3.48	
PORCENTAJE SOBRE IMPORTACIONES TOTALES					50,714,163	81%	

Crecimiento precio promedio de importación 2006-2010
 Precio promedio FOB Perú

63%
 3.89

Year	HS Code	HS Code Description	Country	Weight (Kg)	Value (Dhs)	Price	% of total val
2006	03061300	Shrimps & prawns, frozen, whether i	INDIA	2,244,623	43,579,504	19.42	35%
2006	03061300	Shrimps & prawns, frozen, whether i	IRAN	2,220,836	27,964,894	12.59	23%
2006	03061300	Shrimps & prawns, frozen, whether i	JEBEL ALI F.Z.	1,063,842	26,371,403	24.79	21%
2006	03061300	Shrimps & prawns, frozen, whether i	MYANMAR (BUR	434,999	5,412,177	12.44	4%
2006	03061300	Shrimps & prawns, frozen, whether i	CHINA	292,035	4,409,011	15.10	4%
				6,256,335	107,736,989	17.22	88%

122,824,284

2007	03061300	Shrimps & prawns, frozen, whether i	JEBEL ALI F.Z.	1,432,000	48,346,752	33.76	31%
2007	03061300	Shrimps & prawns, frozen, whether i	INDIA	2,079,398	44,366,171	21.34	28%
2007	03061300	Shrimps & prawns, frozen, whether i	IRAN	2,175,315	27,794,348	12.78	18%
2007	03061300	Shrimps & prawns, frozen, whether i	PAKISTAN	745,854	9,405,933	12.61	6%
2007	03061300	Shrimps & prawns, frozen, whether i	MYANMAR (BUR	371,140	5,620,404	15.14	4%
				6,803,707	135,533,608	19.92	87%

155,699,591

2008	03061300	Shrimps & prawns, frozen, whether i	JEBEL ALI F.Z.	1,619,600	46,022,000	28.42	28%
2008	03061300	Shrimps & prawns, frozen, whether i	INDIA	1,877,471	44,349,052	23.62	27%
2008	03061300	Shrimps & prawns, frozen, whether i	IRAN	2,074,609	28,169,644	13.58	17%
2008	03061300	Shrimps & prawns, frozen, whether i	PAKISTAN	996,701	12,825,960	12.87	8%
2008	03061300	Shrimps & prawns, frozen, whether i	VIETNAM	367,483	9,813,525	26.70	6%
				6,935,864	141,180,181	20.36	87%

163,014,931

2009	03061300	Shrimps & prawns, frozen, whether i	INDIA	2,048,911	45,708,578	22.31	29%
2009	03061300	Shrimps & prawns, frozen, whether i	JEBEL ALI F.Z.	2,030,100	34,710,500	17.10	22%
2009	03061300	Shrimps & prawns, frozen, whether i	IRAN	1,968,563	30,540,601	15.51	19%
2009	03061300	Shrimps & prawns, frozen, whether i	MYANMAR (BUR	992,188	12,957,234	13.06	8%
2009	03061300	Shrimps & prawns, frozen, whether i	CHINA	507,270	8,592,519	16.94	5%
				7,547,032	132,509,432	17.56	83%

159,074,228

2010	03061300	Shrimps & prawns, frozen, whether i	JEBEL ALI F.Z.	2,394,505	48,748,348	20.36	30%
2010	03061300	Shrimps & prawns, frozen, whether i	INDIA	1,544,380	33,584,697	21.75	21%
2010	03061300	Shrimps & prawns, frozen, whether i	IRAN	2,010,222	29,319,023	14.58	18%
2010	03061300	Shrimps & prawns, frozen, whether i	PAKISTAN	622,045	8,174,731	13.14	5%
2010	03061300	Shrimps & prawns, frozen, whether i	MYANMAR (BUR	511,803	7,623,117	14.89	5%
				7,082,955	127,449,916	17.99	79%

161,473,263

Precio promedio FOB Pt **23.87**
 Costo de Transporte **0.57**
24.44

Year	HS Code	HS Code Description	Country	Weight (Kg)	Value (Dhs)	Price	% of total val
2006	03072900	Scallops including queen scallops of	USA	23,949	1,334,593	55.73	79%
2006	03072900	Scallops including queen scallops of	JAPAN	9,683	185,429	19.15	11%
2006	03072900	Scallops including queen scallops of	CANADA	960	79,296	82.60	5%
2006	03072900	Scallops including queen scallops of	FRANCE	1,280	49,472	38.65	3%
2006	03072900	Scallops including queen scallops of	UK (UNITED KINGDOM)	1,024	27,010	26.38	2%
				36,896	1,675,799	45.42	99%
					1,695,780		

2007	03072900	Scallops including queen scallops of	USA	24,785	961,681	38.80	60%
2007	03072900	Scallops including queen scallops of	CANADA	6,613	400,504	60.56	25%
2007	03072900	Scallops including queen scallops of	NETHERLANDS	3,180	163,907	51.54	10%
2007	03072900	Scallops including queen scallops of	FRANCE	621	25,898	41.70	2%
2007	03072900	Scallops including queen scallops of	JAPAN	486	25,111	51.67	2%
				35,685	1,577,101	44.20	98%
					1,611,830		

2008	03072900	Scallops including queen scallops of	USA	27,615	1,663,556	60.24	71%
2008	03072900	Scallops including queen scallops of	CANADA	5,707	374,271	65.58	16%
2008	03072900	Scallops including queen scallops of	INDIA	23,960	206,029	8.60	9%
2008	03072900	Scallops including queen scallops of	AUSTRALIA	1,550	38,874	25.08	2%
2008	03072900	Scallops including queen scallops of	SINGAPORE	421	33,394	79.32	1%
				59,253	2,316,124	39.09	98%
					2,358,553		

2009	03072900	Scallops including queen scallops of	USA	19,396	837,940	43.20	55%
2009	03072900	Scallops including queen scallops of	INDIA	7,844	324,060	41.31	21%
2009	03072900	Scallops including queen scallops of	NETHERLANDS	2,446	111,774	45.69	7%
2009	03072900	Scallops including queen scallops of	CHINA	3,860	107,086	27.74	7%
2009	03072900	Scallops including queen scallops of	JAPAN	900	70,245	78.05	5%
				34,446	1,451,106	42.13	94%
					1,535,911		

2010	03072900	Scallops including queen scallops of	USA	46,562	2,212,364	47.51	73%
2010	03072900	Scallops including queen scallops of	CANADA	6,829	568,116	83.19	19%
2010	03072900	Scallops including queen scallops of	JAPAN	1,931	157,460	81.53	5%
2010	03072900	Scallops including queen scallops of	NETHERLANDS	1,106	52,723	47.67	2%
				56,429	2,990,664	53.00	98%
					3,049,946		

Precio promedio FOB Perú	35.00	35
Costo de Transporte	13.20	0.54
	48.20	35.54
Crecimiento precio promedio de importación	17%	

Year	HS Code	HS Code Description	Country	Weight (Kg)	Value (Dhs)	Price	% of total val
2006	03074900	Cuttle fish (Sepia officinalis, Rossia	INDIA	342,661	2,134,625	6.23	58%
2006	03074900	Cuttle fish (Sepia officinalis, Rossia	PAKISTAN	153,764	652,241	4.24	18%
2006	03074900	Cuttle fish (Sepia officinalis, Rossia	USA	104,071	473,888	4.55	13%
2006	03074900	Cuttle fish (Sepia officinalis, Rossia	THAILAND	14,550	267,769	18.40	7%
2006	03074900	Cuttle fish (Sepia officinalis, Rossia	PHILIPPINES	3,155	53,580	16.98	1%
				618,201	3,582,103	5.79	97%
							3,684,903

2007	03074900	Cuttle fish (Sepia officinalis, Rossia	INDIA	254,682	2,302,034	9.04	58%
2007	03074900	Cuttle fish (Sepia officinalis, Rossia	CHINA	93,854	679,584	7.24	17%
2007	03074900	Cuttle fish (Sepia officinalis, Rossia	PAKISTAN	84,790	522,277	6.16	13%
2007	03074900	Cuttle fish (Sepia officinalis, Rossia	PERU	20,800	177,627	8.54	4%
2007	03074900	Cuttle fish (Sepia officinalis, Rossia	USA	23,921	80,248	3.35	2%
				478,047	3,761,771	7.87	94%
							3,985,396

2008	03074900	Cuttle fish (Sepia officinalis, Rossia	INDIA	473,091	3,333,441	7.05	49%
2008	03074900	Cuttle fish (Sepia officinalis, Rossia	CHINA	211,950	1,315,252	6.21	19%
2008	03074900	Cuttle fish (Sepia officinalis, Rossia	PAKISTAN	193,450	1,227,923	6.35	18%
2008	03074900	Cuttle fish (Sepia officinalis, Rossia	TAIWAN	75,200	308,587	4.10	5%
2008	03074900	Cuttle fish (Sepia officinalis, Rossia	VIETNAM	9,606	215,034	22.39	3%
				963,297	6,400,236	6.64	95%
							6,759,444

2009	03074900	Cuttle fish (Sepia officinalis, Rossia	INDIA	236,506	1,692,954	7.16	50%
2009	03074900	Cuttle fish (Sepia officinalis, Rossia	CHINA	119,094	703,609	5.91	21%
2009	03074900	Cuttle fish (Sepia officinalis, Rossia	VIETNAM	13,836	289,598	20.93	9%
2009	03074900	Cuttle fish (Sepia officinalis, Rossia	GERMANY	8,483	176,557	20.81	5%
2009	03074900	Cuttle fish (Sepia officinalis, Rossia	SOUTH KORE	10,183	146,706	14.41	4%
				388,102	3,009,425	7.75	89%
							3,384,844

2010	03074900	Cuttle fish (Sepia officinalis, Rossia	CHINA	143,613	1,373,993	9.57	33%
2010	03074900	Cuttle fish (Sepia officinalis, Rossia	INDIA	189,989	1,331,433	7.01	32%
2010	03074900	Cuttle fish (Sepia officinalis, Rossia	PHILIPPINES	24,839	335,122	13.49	8%
2010	03074900	Cuttle fish (Sepia officinalis, Rossia	VIETNAM	18,522	312,634	16.88	7%
2010	03074900	Cuttle fish (Sepia officinalis, Rossia	PAKISTAN	51,505	182,892	3.55	4%
				428,468	3,536,073	8.25	85%
							4,169,893

Precio promedio FOB Perú	3.40	3.4
Costo de Transporte	13.20	0.54
	16.60	3.94
Crecimiento precio promedio		42%

Year	HS Code	HS Code Description	Country	Weight (Kg)	Value (Dhs)	Price	% of total val
2006	08055010	Lemons (Citrus limon, Citrus limonum) & limes	SOUTH AFRIC	16,503,202	29,616,435	1.79	63%
2006	08055010	Lemons (Citrus limon, Citrus limonum) & limes	INDIA	8,197,223	13,110,070	1.60	28%
2006	08055010	Lemons (Citrus limon, Citrus limonum) & limes	THAILAND	325,477	755,423	2.32	2%
2006	08055010	Lemons (Citrus limon, Citrus limonum) & limes	EGYPT	438,059	711,091	1.62	2%
2006	08055010	Lemons (Citrus limon, Citrus limonum) & limes	SRI LANKA	480,870	640,686	1.33	1%
				25,944,831	44,833,705	1.73	95%

47,307,119

2007	08055010	Lemons (Citrus limon, Citrus limonum) & limes	SOUTH AFRIC	22,141,227	46,027,375	2.08	63%
2007	08055010	Lemons (Citrus limon, Citrus limonum) & limes	INDIA	7,673,159	17,777,614	2.32	24%
2007	08055010	Lemons (Citrus limon, Citrus limonum) & limes	ARGENTINA	1,195,300	3,171,574	2.65	4%
2007	08055010	Lemons (Citrus limon, Citrus limonum) & limes	EGYPT	647,986	1,652,956	2.55	2%
2007	08055010	Lemons (Citrus limon, Citrus limonum) & limes	VIETNAM	623,697	1,232,914	1.98	2%
				32,281,368	69,862,433	2.16	95%

73,637,146

2008	08055010	Lemons (Citrus limon, Citrus limonum) & limes	SOUTH AFRIC	25,171,226	77,039,248	3.06	62%
2008	08055010	Lemons (Citrus limon, Citrus limonum) & limes	INDIA	12,341,394	30,178,014	2.45	24%
2008	08055010	Lemons (Citrus limon, Citrus limonum) & limes	BRAZIL	1,544,501	3,957,353	2.56	3%
2008	08055010	Lemons (Citrus limon, Citrus limonum) & limes	ARGENTINA	782,080	3,341,358	4.27	3%
2008	08055010	Lemons (Citrus limon, Citrus limonum) & limes	VIETNAM	661,295	1,840,806	2.78	1%
				40,500,496	116,356,780	2.87	94%

123,785,209

2009	08055010	Lemons (Citrus limon, Citrus limonum) & limes	SOUTH AFRIC	26,153,955	50,963,060	1.95	53%
2009	08055010	Lemons (Citrus limon, Citrus limonum) & limes	INDIA	9,577,039	22,304,679	2.33	23%
2009	08055010	Lemons (Citrus limon, Citrus limonum) & limes	BRAZIL	4,837,664	12,915,766	2.67	13%
2009	08055010	Lemons (Citrus limon, Citrus limonum) & limes	EGYPT	957,406	2,392,388	2.50	2%
2009	08055010	Lemons (Citrus limon, Citrus limonum) & limes	USA	351,460	1,236,166	3.52	1%
				41,877,524	89,812,059	2.14	93%

96,725,641

2010	08055010	Lemons (Citrus limon, Citrus limonum) & limes	SOUTH AFRIC	26,404,817	78,321,752	2.97	62%
2010	08055010	Lemons (Citrus limon, Citrus limonum) & limes	INDIA	9,731,880	23,172,133	2.38	18%
2010	08055010	Lemons (Citrus limon, Citrus limonum) & limes	BRAZIL	2,668,025	9,062,893	3.40	7%
2010	08055010	Lemons (Citrus limon, Citrus limonum) & limes	CHINA	1,170,125	3,565,120	3.05	3%
2010	08055010	Lemons (Citrus limon, Citrus limonum) & limes	EGYPT	1,074,609	2,989,784	2.78	2%
				41,049,455	117,111,681	2.85	93%

126,008,022

Precio promedio FOB Perú	2.55
Costo de Transporte	0.54
	3.09
Crecimiento precio de importación promedio	65%

Year	HS Code	HS Code Description	Country	Weight (Kg)	Value (Dhs)	Price	% of total val
2006	08109010	Pomegranates, fresh or chil	INDIA	11,201,261	23,689,868	2.11	88%
2006	08109010	Pomegranates, fresh or chil	SPAIN	346,219	1,611,406	4.65	6%
2006	08109010	Pomegranates, fresh or chil	IRAN	2,018,286	896,459	0.44	3%
2006	08109010	Pomegranates, fresh or chil	TUNISIA	54,068	317,510	5.87	1%
2006	08109010	Pomegranates, fresh or chil	EGYPT	114,250	158,871	1.39	1%
				13,734,084	26,674,114	1.94	99%
					26,839,372		

2007	08109010	Pomegranates, fresh or chil	INDIA	10,064,387	29,556,900	2.94	87%
2007	08109010	Pomegranates, fresh or chil	SPAIN	231,045	1,285,123	5.56	4%
2007	08109010	Pomegranates, fresh or chil	IRAN	1,957,497	813,285	0.42	2%
2007	08109010	Pomegranates, fresh or chil	TUNISIA	139,266	757,448	5.44	2%
2007	08109010	Pomegranates, fresh or chil	PAKISTAN	273,424	617,508	2.26	2%
				12,665,619	33,030,264	2.61	98%
					33,835,423		

2008	08109010	Pomegranates, fresh or chil	INDIA	9,416,166	32,302,531	3.43	86%
2008	08109010	Pomegranates, fresh or chil	EGYPT	656,906	2,165,466	3.30	6%
2008	08109010	Pomegranates, fresh or chil	SPAIN	274,715	1,678,679	6.11	4%
2008	08109010	Pomegranates, fresh or chil	TUNISIA	99,955	606,303	6.07	2%
2008	08109010	Pomegranates, fresh or chil	PAKISTAN	344,292	488,567	1.42	1%
				10,792,034	37,241,545	3.45	99%
					37,558,866		

2009	08109010	Pomegranates, fresh or chil	INDIA	12,525,771	49,076,241	3.92	84%
2009	08109010	Pomegranates, fresh or chil	EGYPT	1,223,774	4,664,487	3.81	8%
2009	08109010	Pomegranates, fresh or chil	SPAIN	529,224	2,909,165	5.50	5%
2009	08109010	Pomegranates, fresh or chil	TUNISIA	194,714	1,160,261	5.96	2%
2009	08109010	Pomegranates, fresh or chil	IRAN	281,357	126,103	0.45	0%
				14,754,840	57,936,258	3.93	99%
					58,258,053		

2010	08109010	Pomegranates, fresh or chil	INDIA	7,726,919	40,126,411	5.19	79%
2010	08109010	Pomegranates, fresh or chil	SPAIN	1,094,597	5,987,398	5.47	12%
2010	08109010	Pomegranates, fresh or chil	EGYPT	548,317	2,235,815	4.08	4%
2010	08109010	Pomegranates, fresh or chil	TUNISIA	176,903	1,053,393	5.95	2%
2010	08109010	Pomegranates, fresh or chil	PAKISTAN	292,512	579,594	1.98	1%
				9,839,247	49,982,611	5.08	99%
					50,703,800		

Precio promedio FOB Perú

10.07

Costo de Transporte

0.54

10.61

Year	HS Code	HS Code Description	Country	Weight (Kg)	Value (Dhs)	Price	% of total val
2006	16041600	Anchovies, prepared or preserved, whole or in piec	SPAIN	8,720	351,709	40.33	87%
2006	16041600	Anchovies, prepared or preserved, whole or in piec	FRANCE	615	46,990	76.41	12%
2006	16041600	Anchovies, prepared or preserved, whole or in piec	UK (UNITED KINGDO	515	4,484	8.71	1%
				9,850	403,183	40.93	100%
					403,183		

2007	16041600	Anchovies, prepared or preserved, whole or in piec	SPAIN	12,317	468,883	38.07	76%
2007	16041600	Anchovies, prepared or preserved, whole or in piec	FRANCE	4,000	104,695	26.17	17%
2007	16041600	Anchovies, prepared or preserved, whole or in piec	PHILIPPINES	10,000	34,952	3.50	6%
2007	16041600	Anchovies, prepared or preserved, whole or in piec	SINGAPORE	100	10,683	106.83	2%
				26,417	619,213	23.44	100%

619,213

2008	16041600	Anchovies, prepared or preserved, whole or in piec	SPAIN	6,327	267,265	42.24	54%
2008	16041600	Anchovies, prepared or preserved, whole or in piec	FRANCE	5,502	192,090	34.91	39%
2008	16041600	Anchovies, prepared or preserved, whole or in piec	UK (UNITED KINGDO	1,575	37,298	23.69	8%
				13,403	496,652	37.05	100%

496,652

2009	16041600	Anchovies, prepared or preserved, whole or in piec	SPAIN	9,141	406,301	44.45	55%
2009	16041600	Anchovies, prepared or preserved, whole or in piec	UK (UNITED KINGDO	8,704	168,735	19.39	23%
2009	16041600	Anchovies, prepared or preserved, whole or in piec	FRANCE	3,673	132,624	36.11	18%
2009	16041600	Anchovies, prepared or preserved, whole or in piec	USA	964	13,557	14.06	2%
2009	16041600	Anchovies, prepared or preserved, whole or in piec	PHILIPPINES	2,956	12,341	4.18	2%
				25,437	733,557	28.84	99%

740,761

2010	16041600	Anchovies, prepared or preserved, whole or in piec	SPAIN	13,940	374,526	26.87	40%
2010	16041600	Anchovies, prepared or preserved, whole or in piec	FRANCE	8,414	338,463	40.22	36%
2010	16041600	Anchovies, prepared or preserved, whole or in piec	UK (UNITED KINGDO	5,334	123,579	23.17	13%
2010	16041600	Anchovies, prepared or preserved, whole or in piec	PHILIPPINES	16,649	50,196	3.02	5%
2010	16041600	Anchovies, prepared or preserved, whole or in piec	NETHERLANDS	1,180	20,881	17.70	2%
				45,517	907,645	19.94	97%

938,590

Precio promedio FOB Perú

7.67

Costo de Transporte

0.54

8.21

Crecimiento precio promedio de importación

-51%

Year	HS Code	HS Code Description	Country	Weight (Kg)	Value (Dhs)	Price	% of total val
2006	18040000	Cocoa butter, fat & o	INDONESIA	2,447,075	35,915,366	14.68	74%
2006	18040000	Cocoa butter, fat & o	SINGAPORE	262,511	3,810,711	14.52	8%
2006	18040000	Cocoa butter, fat & o	MALAYSIA	180,907	2,682,463	14.83	6%
2006	18040000	Cocoa butter, fat & o	DENMARK	629,645	2,647,932	4.21	5%
2006	18040000	Cocoa butter, fat & o	NETHERLAND	101,801	1,695,593	16.66	3%
				3,621,939	46,752,064	12.91	96%

48,456,105

2007	18040000	Cocoa butter, fat & o	INDONESIA	1,878,525	29,953,879	15.95	69%
2007	18040000	Cocoa butter, fat & o	DENMARK	818,167	5,644,140	6.90	13%
2007	18040000	Cocoa butter, fat & o	MALAYSIA	371,241	4,932,257	13.29	11%
2007	18040000	Cocoa butter, fat & o	NETHERLAND	92,781	1,965,853	21.19	5%
2007	18040000	Cocoa butter, fat & o	SINGAPORE	33,977	617,363	18.17	1%
				3,194,691	43,113,492	13.50	100%

43,153,674

2008	18040000	Cocoa butter, fat & o	INDONESIA	2,354,625	54,926,408	23.33	72%
2008	18040000	Cocoa butter, fat & o	MALAYSIA	342,486	7,756,988	22.65	10%
2008	18040000	Cocoa butter, fat & o	NETHERLAND	295,822	6,750,272	22.82	9%
2008	18040000	Cocoa butter, fat & o	DENMARK	420,536	3,637,236	8.65	5%
2008	18040000	Cocoa butter, fat & o	SINGAPORE	76,191	1,980,352	25.99	3%
				3,489,660	75,051,255	21.51	99%

75,990,962

2009	18040000	Cocoa butter, fat & o	INDONESIA	3,039,859	64,791,318	21.31	77%
2009	18040000	Cocoa butter, fat & o	MALAYSIA	353,455	7,047,342	19.94	8%
2009	18040000	Cocoa butter, fat & o	NETHERLAND	177,776	3,979,538	22.39	5%
2009	18040000	Cocoa butter, fat & o	DENMARK	570,052	3,902,104	6.85	5%
2009	18040000	Cocoa butter, fat & o	SINGAPORE	157,493	3,677,348	23.35	4%
				4,298,635	83,397,650	19.40	99%

84,089,457

2010	18040000	Cocoa butter, fat & o	INDONESIA	3,626,030	88,658,345	24.45	72%
2010	18040000	Cocoa butter, fat & o	SINGAPORE	605,404	11,609,275	19.18	9%
2010	18040000	Cocoa butter, fat & o	NETHERLAND	563,051	10,778,486	19.14	9%
2010	18040000	Cocoa butter, fat & o	DENMARK	829,547	6,039,490	7.28	5%
2010	18040000	Cocoa butter, fat & o	MALAYSIA	298,992	5,593,544	18.71	5%
				5,923,024	122,679,139	20.71	99%

123,525,403

Precio promedio FOB Perú	18.17
Costo de Transporte	0.54
	18.71
Crecimiento del precio promedio de Importación	0.60

Year	HS Code	HS Code Description	Country	Weight (Kg)	Value (Dhs)	Price	% of total value
2006	18050000	Cocoa powder, not containing add	MALAYSIA	871,689	2,733,834	3.14	42%
2006	18050000	Cocoa powder, not containing add	GERMANY	53,074	963,111	18.15	15%
2006	18050000	Cocoa powder, not containing add	UK (UNITED K)	104,542	959,587	9.18	15%
2006	18050000	Cocoa powder, not containing add	USA	54,001	434,468	8.05	7%
2006	18050000	Cocoa powder, not containing add	INDIA	41,594	359,707	8.65	6%
				1,124,900	5,450,706	4.85	85%

6,449,211

2006	18050000	Cocoa powder, not containing add	MALAYSIA	871,689	2,733,834	3.14	42%
2006	18050000	Cocoa powder, not containing add	GERMANY	53,074	963,111	18.15	15%
2006	18050000	Cocoa powder, not containing add	UK (UNITED K)	104,542	959,587	9.18	15%
2006	18050000	Cocoa powder, not containing add	USA	54,001	434,468	8.05	7%
2006	18050000	Cocoa powder, not containing add	INDIA	41,594	359,707	8.65	6%
				1,124,900	5,450,706	4.85	85%

6,065,677

2006	18050000	Cocoa powder, not containing add	MALAYSIA	871,689	2,733,834	3.14	42%
2006	18050000	Cocoa powder, not containing add	GERMANY	53,074	963,111	18.15	15%
2006	18050000	Cocoa powder, not containing add	UK (UNITED K)	104,542	959,587	9.18	15%
2006	18050000	Cocoa powder, not containing add	USA	54,001	434,468	8.05	7%
2006	18050000	Cocoa powder, not containing add	INDIA	41,594	359,707	8.65	6%
				1,124,900	5,450,706	4.85	85%

5,888,530

2009	18050000	Cocoa powder, not containing add	MALAYSIA	498,289	2,681,969	5.38	38%
2009	18050000	Cocoa powder, not containing add	UK (UNITED K)	156,554	1,133,414	7.24	16%
2009	18050000	Cocoa powder, not containing add	SINGAPORE	127,336	1,106,135	8.69	16%
2009	18050000	Cocoa powder, not containing add	GERMANY	63,714	825,824	12.96	12%
2009	18050000	Cocoa powder, not containing add	NETHERLAND	49,070	589,723	12.02	8%
				894,963	6,337,065	7.08	90%

7,007,218

2010	18050000	Cocoa powder, not containing add	MALAYSIA	688,581	8,228,897	11.95	51%
2010	18050000	Cocoa powder, not containing add	NETHERLAND	110,973	2,189,533	19.73	13%
2010	18050000	Cocoa powder, not containing add	UK (UNITED K)	178,268	1,752,267	9.83	11%
2010	18050000	Cocoa powder, not containing add	INDONESIA	77,230	1,098,505	14.22	7%
2010	18050000	Cocoa powder, not containing add	GERMANY	42,342	1,003,168	23.69	6%
				1,097,394	14,272,370	13.01	88%

16,283,488

Precio promedio FOB Perú	14.04	14.04
Costo de Transporte	0.54	13.2
	14.58	27.24

Crecimiento precio promedio de importación 160% Se usa más el barco

Year	HS Code	HS Code Description	Country	Weight (Kg)	Value (Dhs)	Price	% of total value
2006	09011100	Coffee, not roasted nor decaffeinated.	INDIA	1,506,699	13,002,954	8.63	28%
2006	09011100	Coffee, not roasted nor decaffeinated.	BRAZIL	1,356,964	10,480,205	7.72	22%
2006	09011100	Coffee, not roasted nor decaffeinated.	VIETNAM	1,089,493	5,177,096	4.75	11%
2006	09011100	Coffee, not roasted nor decaffeinated.	NICARAGUA	296,362	4,581,386	15.46	10%
2006	09011100	Coffee, not roasted nor decaffeinated.	YEMEN	291,028	3,595,414	12.35	8%
				4,540,546	36,837,056	8.11	79%

46,710,935

2007	09011100	Coffee, not roasted nor decaffeinated.	BRAZIL	1,825,616	15,853,013	8.68	31%
2007	09011100	Coffee, not roasted nor decaffeinated.	INDIA	1,493,901	14,209,761	9.51	28%
2007	09011100	Coffee, not roasted nor decaffeinated.	YEMEN	381,651	4,360,628	11.43	9%
2007	09011100	Coffee, not roasted nor decaffeinated.	NICARAGUA	308,152	4,006,464	13.00	8%
2007	09011100	Coffee, not roasted nor decaffeinated.	VIETNAM	590,814	3,168,668	5.36	6%
				4,600,134	41,598,534	9.04	81%

51,277,359

2008	09011100	Coffee, not roasted nor decaffeinated.	INDIA	1,682,374	19,041,431	11.32	37%
2008	09011100	Coffee, not roasted nor decaffeinated.	BRAZIL	1,028,590	10,100,156	9.82	19%
2008	09011100	Coffee, not roasted nor decaffeinated.	NICARAGUA	543,978	8,835,923	16.24	17%
2008	09011100	Coffee, not roasted nor decaffeinated.	INDONESIA	503,046	4,198,515	8.35	8%
2008	09011100	Coffee, not roasted nor decaffeinated.	YEMEN	194,580	2,417,677	12.43	5%
				3,952,568	44,593,701	11.28	86%

52,073,011

2009	09011100	Coffee, not roasted nor decaffeinated.	BRAZIL	1,352,222	9,989,711	7.39	23%
2009	09011100	Coffee, not roasted nor decaffeinated.	INDIA	852,177	9,734,065	11.42	22%
2009	09011100	Coffee, not roasted nor decaffeinated.	NICARAGUA	435,795	7,404,531	16.99	17%
2009	09011100	Coffee, not roasted nor decaffeinated.	KENYA	503,979	4,578,589	9.08	11%
2009	09011100	Coffee, not roasted nor decaffeinated.	INDONESIA	428,072	2,871,452	6.71	7%
				3,572,245	34,578,349	9.68	80%

43,292,454

2010	09011100	Coffee, not roasted nor decaffeinated.	INDIA	1,391,283	18,914,415	13.59	32%
2010	09011100	Coffee, not roasted nor decaffeinated.	BRAZIL	1,322,543	11,714,417	8.86	20%
2010	09011100	Coffee, not roasted nor decaffeinated.	NICARAGUA	605,358	11,158,908	18.43	19%
2010	09011100	Coffee, not roasted nor decaffeinated.	INDONESIA	668,749	5,231,439	7.82	9%
2010	09011100	Coffee, not roasted nor decaffeinated.	MEXICO	142,056	2,541,808	17.89	4%
				4,129,988	49,560,987	12.00	83%

59,835,586

Precio promedio FOB Perú	14.18
Costo de Transporte	0.54
	14.72
Crecimiento del precio promedio de importación	0.48

Year	HS Code	HS Code Description	Country	Weight (Kg)	Value (Dhs)	Price	% of total v
2006	08134090	Dried fruit n.e.s., excluding those of heading	PHILIPPINES	14,312	259,393	18.12	35%
2006	08134090	Dried fruit n.e.s., excluding those of heading	IRAN	38,563	216,177	5.61	29%
2006	08134090	Dried fruit n.e.s., excluding those of heading	INDIA	30,100	143,816	4.78	20%
2006	08134090	Dried fruit n.e.s., excluding those of heading	SINGAPORE	1,500	43,703	29.14	6%
2006	08134090	Dried fruit n.e.s., excluding those of heading	SYRIA	3,828	42,299	11.05	6%
				88,302	705,387	7.99	96%

736,930

2007	08134090	Dried fruit n.e.s., excluding those of heading	PHILIPPINES	19,002	292,575	15.40	22%
2007	08134090	Dried fruit n.e.s., excluding those of heading	IRAN	60,095	279,099	4.64	21%
2007	08134090	Dried fruit n.e.s., excluding those of heading	SINGAPORE	5,700	177,264	31.10	14%
2007	08134090	Dried fruit n.e.s., excluding those of heading	UK (UNITED KINGD	3,741	168,620	45.07	13%
2007	08134090	Dried fruit n.e.s., excluding those of heading	FRANCE	4,545	154,151	33.92	12%
				93,082	1,071,709	11.51	82%

1,305,738

2008	08134090	Dried fruit n.e.s., excluding those of heading	PHILIPPINES	19,814	399,992	20.19	27%
2008	08134090	Dried fruit n.e.s., excluding those of heading	USA	26,083	297,335	11.40	20%
2008	08134090	Dried fruit n.e.s., excluding those of heading	FRANCE	3,016	188,054	62.35	13%
2008	08134090	Dried fruit n.e.s., excluding those of heading	UK (UNITED KINGD	7,096	137,748	19.41	9%
2008	08134090	Dried fruit n.e.s., excluding those of heading	IRAN	21,374	104,931	4.91	7%
				77,382	1,128,060	14.58	77%

1,462,156

2009	08134090	Dried fruit n.e.s., excluding those of heading	CANADA	91,658	1,292,021	14.10	32%
2009	08134090	Dried fruit n.e.s., excluding those of heading	PHILIPPINES	32,581	698,110	21.43	17%
2009	08134090	Dried fruit n.e.s., excluding those of heading	IRAN	57,066	431,169	7.56	11%
2009	08134090	Dried fruit n.e.s., excluding those of heading	THAILAND	105,608	327,111	3.10	8%
2009	08134090	Dried fruit n.e.s., excluding those of heading	INDIA	137,635	254,686	1.85	6%
				424,548	3,003,097	7.07	75%

4,018,023

2010	08134090	Dried fruit n.e.s., excluding those of heading	USA	59,202	891,021	15.05	47%
2010	08134090	Dried fruit n.e.s., excluding those of heading	THAILAND	26,558	202,064	7.61	11%
2010	08134090	Dried fruit n.e.s., excluding those of heading	PHILIPPINES	18,180	154,447	8.50	8%
2010	08134090	Dried fruit n.e.s., excluding those of heading	SOUTH AFRICA	8,648	147,923	17.10	8%
2010	08134090	Dried fruit n.e.s., excluding those of heading	IRAN	34,546	128,256	3.71	7%
				147,133	1,523,712	10.36	81%

1,892,659

Precio promedio FOB Perú
Costo de Transporte

38.19
13.20
51.39

Year	HS Code	HS Code Description	Country	Weight (Kg)	Value (Dhs)	Price	% of total va
2006	16042000	Prepared or preserved fis	BRAZIL	266,399	2,717,544	10.20	45%
2006	16042000	Prepared or preserved fis	SOUTH AFRICA	93,970	1,273,385	13.55	21%
2006	16042000	Prepared or preserved fis	SOUTH KOREA	29,555	446,389	15.10	7%
2006	16042000	Prepared or preserved fis	GERMANY	23,805	413,299	17.36	7%
2006	16042000	Prepared or preserved fis	USA	12,546	336,973	26.86	6%
				426,275	5,187,590	12.17	86%
					6,039,656		

2007	16042000	Prepared or preserved fis	JAPAN	89,337	1,216,858	13.62	41%
2007	16042000	Prepared or preserved fis	SOUTH AFRICA	27,356	396,760	14.50	13%
2007	16042000	Prepared or preserved fis	GERMANY	14,242	250,339	17.58	8%
2007	16042000	Prepared or preserved fis	THAILAND	30,304	228,066	7.53	8%
2007	16042000	Prepared or preserved fis	USA	18,558	221,304	11.92	7%
				179,797	2,313,326	12.87	77%
					3,002,988		

2008	16042000	Prepared or preserved fis	JAPAN	40,405	896,038	22.18	25%
2008	16042000	Prepared or preserved fis	USA	23,468	662,655	28.24	18%
2008	16042000	Prepared or preserved fis	GERMANY	14,906	324,783	21.79	9%
2008	16042000	Prepared or preserved fis	FRANCE	5,877	322,195	54.82	9%
2008	16042000	Prepared or preserved fis	BELGIUM	2,621	234,841	89.60	7%
				87,277	2,440,511	27.96	68%
					3,596,907		

2009	16042000	Prepared or preserved fis	JAPAN	36,531	1,002,165	27.43	39%
2009	16042000	Prepared or preserved fis	SOUTH KOREA	17,644	319,741	18.12	12%
2009	16042000	Prepared or preserved fis	GERMANY	11,593	224,722	19.38	9%
2009	16042000	Prepared or preserved fis	USA	7,633	196,440	25.73	8%
2009	16042000	Prepared or preserved fis	THAILAND	9,391	188,741	20.10	7%
				82,792	1,931,809	23.33	74%
					2,601,410		

2010	16042000	Jurel y demás preparacio	VIETNAM	96,425	2,381,983	24.70	42%
2010	16042000	Prepared or preserved fis	JAPAN	44,485	841,766	18.92	15%
2010	16042000	Prepared or preserved fis	GERMANY	41,500	792,557	19.10	14%
2010	16042000	Prepared or preserved fis	UK (UNITED KINGD	18,569	420,598	22.65	7%
2010	16042000	Prepared or preserved fis	SULTANATE OF ON	41,973	305,559	7.28	5%
				242,952	4,742,462	19.52	84%
					5,633,427		

Precio promedio FOB Perú	10.11
Costo de Transporte	0.54
	10.65
Crecimiento precio promedio de importación	52%

Year	HS Code	HS Code Description	Country	Weight (Kg)	Value (Dhs)	Price	% of total val
2006	16041300	Sardines, sardInella & brisling or spr	THAILAND	793,252	3,506,060	4.42	59%
2006	16041300	Sardines, sardInella & brisling or spr	MOROCCO	311,850	2,101,621	6.74	35%
2006	16041300	Sardines, sardInella & brisling or spr	PHILIPPINES	36,604	302,839	8.27	5%
2006	16041300	Sardines, sardInella & brisling or spr	AUSTRALIA	473	12,350	26.11	0%
2006	16041300	Sardines, sardInella & brisling or spr	DENMARK	175	5,023	28.70	0%
				1,142,354	5,927,893	5.19	100%

5,932,415

2007	16041300	Sardines, sardInella & brisling or spr	MOROCCO	421,947	3,386,323	8.03	49%
2007	16041300	Sardines, sardInella & brisling or spr	THAILAND	443,062	2,134,975	4.82	31%
2007	16041300	Sardines, sardInella & brisling or spr	PHILIPPINES	184,854	1,072,600	5.80	16%
2007	16041300	Sardines, sardInella & brisling or spr	UK (UNITED KINGD	12,203	253,697	20.79	4%
				1,062,066	6,847,595	6.45	100%

6,847,595

2008	16041300	Sardines, sardInella & brisling or spr	MOROCCO	669,885	6,126,312	9.15	47%
2008	16041300	Sardines, sardInella & brisling or spr	THAILAND	486,136	2,601,989	5.35	20%
2008	16041300	Sardines, sardInella & brisling or spr	PHILIPPINES	205,818	1,609,048	7.82	12%
2008	16041300	Sardines, sardInella & brisling or spr	UK (UNITED KINGD	71,286	1,138,192	15.97	9%
2008	16041300	Sardines, sardInella & brisling or spr	JORDAN	108,800	973,301	8.95	7%
				1,541,925	12,448,842	8.07	96%

13,009,344

2009	16041300	Sardines, sardInella & brisling or spr	PHILIPPINES	584,774	2,697,691	4.61	34%
2009	16041300	Sardines, sardInella & brisling or spr	MOROCCO	241,505	2,242,942	9.29	29%
2009	16041300	Sardines, sardInella & brisling or spr	THAILAND	454,719	2,113,317	4.65	27%
2009	16041300	Sardines, sardInella & brisling or spr	UK (UNITED KINGD	49,022	631,138	12.87	8%
2009	16041300	Sardines, sardInella & brisling or spr	BRAZIL	11,625	49,372	4.25	1%
				1,341,644	7,734,461	5.76	99%

7,843,906

2010	16041300	Sardines, sardInella & brisling or spr	MOROCCO	636,647	5,212,959	8.19	45%
2010	16041300	Sardines, sardInella & brisling or spr	PHILIPPINES	464,905	2,818,048	6.06	24%
2010	16041300	Sardines, sardInella & brisling or spr	THAILAND	443,977	1,947,209	4.39	17%
2010	16041300	Sardines, sardInella & brisling or spr	INDONESIA	115,342	747,553	6.48	6%
2010	16041300	Sardines, sardInella & brisling or spr	UK (UNITED KINGD	36,144	532,794	14.74	5%
				1,697,015	11,258,563	6.63	97%

11,582,485

Precio promedio FOB Perú	8.95
Costo de Transporte	0.54
	9.49
Crecimiento precio promedio de importación	28%

Year	HS Code	HS Code Description	Country	Weight (Kg)	Value (Dhs)	Price	% of total va
2006	16041400	Tunas, skipjack & bonito (sarda spp.), pre	THAILAND	7,523,486	53,883,764	7.16	87%
2006	16041400	Tunas, skipjack & bonito (sarda spp.), pre	PHILIPPINES	671,569	6,120,318	9.11	10%
2006	16041400	Tunas, skipjack & bonito (sarda spp.), pre	IRAN	120,281	594,973	4.95	1%
2006	16041400	Tunas, skipjack & bonito (sarda spp.), pre	BRAZIL	85,680	515,178	6.01	1%
2006	16041400	Tunas, skipjack & bonito (sarda spp.), pre	UK (UNITED KINGD	16,335	282,623	17.30	0%
				8,417,351	61,396,857	7.29	99%

61,738,579

2007	16041400	Tunas, skipjack & bonito (sarda spp.), pre	THAILAND	6,455,649	52,428,419	8.12	82%
2007	16041400	Tunas, skipjack & bonito (sarda spp.), pre	PHILIPPINES	706,456	6,068,080	8.59	9%
2007	16041400	Tunas, skipjack & bonito (sarda spp.), pre	IRAN	145,441	1,178,124	8.10	2%
2007	16041400	Tunas, skipjack & bonito (sarda spp.), pre	SINGAPORE	119,900	750,080	6.26	1%
2007	16041400	Tunas, skipjack & bonito (sarda spp.), pre	ITALY	30,618	749,509	24.48	1%
				7,458,064	61,174,211	8.20	96%

64,033,045

2008	16041400	Tunas, skipjack & bonito (sarda spp.), pre	THAILAND	10,223,701	113,843,183	11.14	92%
2008	16041400	Tunas, skipjack & bonito (sarda spp.), pre	PHILIPPINES	525,739	5,100,607	9.70	4%
2008	16041400	Tunas, skipjack & bonito (sarda spp.), pre	ITALY	43,342	885,723	20.44	1%
2008	16041400	Tunas, skipjack & bonito (sarda spp.), pre	INDIA	79,200	843,153	10.65	1%
2008	16041400	Tunas, skipjack & bonito (sarda spp.), pre	IRAN	83,190	702,207	8.44	1%
				10,955,172	121,374,873	11.08	98%

123,603,430

2009	16041400	Tunas, skipjack & bonito (sarda spp.), pre	THAILAND	6,278,091	60,544,655	9.64	81%
2009	16041400	Tunas, skipjack & bonito (sarda spp.), pre	PHILIPPINES	840,528	8,077,207	9.61	11%
2009	16041400	Tunas, skipjack & bonito (sarda spp.), pre	UK (UNITED KINGD	65,580	1,427,455	21.77	2%
2009	16041400	Tunas, skipjack & bonito (sarda spp.), pre	CHINA	119,154	1,052,833	8.84	1%
2009	16041400	Tunas, skipjack & bonito (sarda spp.), pre	IRAN	109,155	948,883	8.69	1%
				7,412,507	72,051,032	9.72	97%

74,608,807

2010	16041400	Tunas, skipjack & bonito (sarda spp.), pre	THAILAND	7,738,094	72,865,582	9.42	69%
2010	16041400	Tunas, skipjack & bonito (sarda spp.), pre	PHILIPPINES	1,622,536	14,859,144	9.16	14%
2010	16041400	Tunas, skipjack & bonito (sarda spp.), pre	INDONESIA	537,489	3,616,731	6.73	3%
2010	16041400	Tunas, skipjack & bonito (sarda spp.), pre	UK (UNITED KINGD	138,489	3,537,136	25.54	3%
2010	16041400	Tunas, skipjack & bonito (sarda spp.), pre	ITALY	100,078	3,455,322	34.53	3%
				10,136,685	98,333,915	9.70	93%

106,100,438

Precio promedio FOB Perú	15.24
Costo de Transporte	0.54
	15.78
Crecimiento del precio promedio	18%

Year	HS Code	HS Code Description	Country	Weight (Kg)	Value (Dhs)	Price	% of total va
2006	#####	Chocolate & other food	UK (UNITED KINGD	2,100,716	42,559,877	20.26	25%
2006	#####	Chocolate & other food	TURKEY	2,236,608	17,739,730	7.93	10%
2006	#####	Chocolate & other food	ITALY	1,105,438	14,171,244	12.82	8%
2006	#####	Confectionery products	UK (UNITED KINGD	454,228	9,035,731	19.89	5%
2006	#####	Confectionery products	ITALY	463,537	8,870,909	19.14	5%
				6,360,527	92,377,492	14.52	54%

170,573,993

2007	#####	Chocolate & other food	UK (UNITED KINGD	1,874,688	46,461,208	24.78	25%
2007	#####	Chocolate & other food	ITALY	1,699,072	27,720,389	16.32	15%
2007	#####	Chocolate & other food	TURKEY	2,947,077	25,100,155	8.52	14%
2007	#####	Confectionery products	UK (UNITED KINGD	508,795	10,545,950	20.73	6%
				7,029,634	109,827,701	15.62	60%

183,992,895

2008	#####	Chocolate & other food	UK (UNITED KINGD	1,737,077	45,167,406	26.00	20%
2008	#####	Chocolate & other food	TURKEY	2,979,914	30,217,391	10.14	14%
2008	#####	Confectionery products	ITALY	1,290,944	29,164,632	22.59	13%
2008	#####	Confectionery products	UK (UNITED KINGD	630,153	14,968,765	23.75	7%
2008	#####	Chocolate & other food	SWITZERLAND	217,924	10,457,891	47.99	5%
				6,856,013	129,976,085	18.96	59%

220,340,679

2009	#####	Chocolate & other food	TURKEY	2,613,589	26,792,886	10.25	13%
2009	#####	Chocolate & other food	UK (UNITED KINGD	1,013,591	24,246,321	23.92	11%
2009	#####	Chocolate & other food	EGYPT	907,096	21,298,935	23.48	10%
2009	#####	Confectionery products	UK (UNITED KINGD	922,680	18,148,458	19.67	8%
2009	#####	Chocolate & other food	ITALY	934,830	11,242,204	12.03	5%
				6,391,786	101,728,804	15.92	48%

213,973,464

2010	#####	Chocolate & other food	UK (UNITED KINGD	1,849,639	54,384,180	29.40	19%
2010	#####	Chocolate & other food	EGYPT	1,225,089	34,346,403	28.04	12%
2010	#####	Chocolate & other food	TURKEY	3,273,071	32,127,559	9.82	11%
2010	#####	Confectionery products	LUXEMBOURG	560,785	18,160,946	32.38	6%
2010	#####	Chocolate & other food	ITALY	1,534,966	17,059,548	11.11	6%
				8,443,551	156,078,636	18.48	55%

283,236,489

Precio Promedio FOB Perú	14.15
Costo de Transporte	0.54
	14.69
Crecimiento del precio promedio de impo	27%

ANEXO III

Importaciones y comercio de aceitunas en los Emiratos Árabes

Importaciones totales

Las importaciones de aceitunas de los Emiratos Árabes ha crecido de manera constante en los últimos 5 años. Las importaciones pasaron de 4.5 millones de dólares en 2005 a 11.1 millones de dólares en 2011. El crecimiento anual entre 2006 y 2010 fue del 12%.⁵⁷ Los Emiratos Árabes representan el 0.7% de las importaciones mundiales de aceitunas.

Proveedores y precios

Los principales proveedores son España, Egipto, Líbano, Turquía, Grecia y Marruecos. España representa el 67% de las importaciones totales y su precio promedio de exportación por kilo (2.1 dólares) es cercano al precio promedio de importación en el mercado (1.9 dólares).

Calidades

La Tabla 1 describe la marca/tipo de aceituna, su origen y su precio por Kg según los productos vendidos en los supermercados más importantes del país.⁵⁸

El mercado se divide entre el producto enlatado y el productos vendido en estanterías especiales en las esquinas de productos gourmet.

Las aceituna españolas dominan el mercado del producto en vaso y en lata. En el segmento que hemos definido gourmet, los países de la región ocupan un lugar más importante.

Según los importadores entrevistados, los árabes locales compran sobre todo aceitunas enlatadas. Los mayores consumidores de aceitunas gourmet son los árabes expatriados y los expatriados occidentales.

⁵⁷ Fuente: Intracen 2011

⁵⁸ Los supermercados visitados son Lulu, Spinney's y Carrefour.

Precios de importación

Las últimas dos columnas de la Tabla 1 indican el rango de los precios de importación de los productos. El rango ha sido determinado con en base en los mark-up promedio del mercado. El primer precio se basa en la hipótesis de que el importador/distribuidor haya aplicado un mark-up del 30% y que el supermercado también haya aplicado un mark-up del 30%.

El segundo precio se basa en la hipótesis de que el importador/distribuidor aplique un mark-up del 50% y el supermercado del 30%.

Indicamos un rango de precios y no un solo precio porque los mark-ups aplicados dependen del tipo de producto y de la política de cada empresa.

Potencial para Perú

Con base en los precios promedio de exportación de las aceitunas conservadas peruanas de 1.88 dólares por kilo, y asumiendo que el transporte sea por barco, las aceitunas peruanas podrían competir con las aceitunas españolas y con la mayoría de las aceitunas de la región. El potencial del mercado para las aceitunas peruanas equivaldría al mercado de España, es decir el 67% del total.

Sin embargo, España tiene unas marcas altamente reconocidas en el mercado y, según los importadores entrevistados, competir con ellas no es fácil y requiere esfuerzos de promoción.

Actividades para la presentación del producto peruano y la promoción de su calidad entre los importadores y los consumidores puede seguramente abrir espacio en el mercado.

Tabla 1 – Mercado de aceitunas en los Emiratos Árabes - 2011

Marca	País de origen	Precio ítem AED	Peso	Precio Kg AED	Precio Kg US\$	Rango precios de importación US\$
ACEITUNAS COMUNES						

Marca	País de origen	Precio item AED	Peso	Precio Kg AED	Precio Kg US\$	Rango precios de importación US\$	
Crespo whole green olives	España	4.50	354gms	12.71	\$3.46	2.05	1.78
Crespo olives stuffed with paprika paste	España	5.50	354gms	15.54	\$4.23	2.50	2.17
Fragata whole black olives	España	5.75	340gms	16.91	\$4.61	2.73	2.36
Cordoba black olives	España	6.70	340gms	19.71	\$5.37	3.18	2.75
Fragato black olives stuffed	España	6.75	340gms	19.85	\$5.41	3.20	2.77
Acorsa canned green olives	España	4.50	225gms	20.00	\$5.45	3.22	2.79
Lulu black olives	España	4.00	200gms	20.00	\$5.45	3.22	2.79
Lulu green olives plain	España	11.90	550gms	21.64	\$5.90	3.49	3.02
Lulu black olives plain	España	11.90	550gms	21.64	\$5.90	3.49	3.02
Acorsa green olives	España	4.50	200gms	22.50	\$6.13	3.63	3.14
Acorsa black olives	España	4.50	200gms	22.50	\$6.13	3.63	3.14
Lulu sliced black olives	España	5.40	230gms	23.48	\$6.40	3.79	3.28
Lulu plain green olives	España	4.75	200gms	23.75	\$6.47	3.83	3.32
Lulu sliced green olives	España	10.90	440gms	24.77	\$6.75	3.99	3.46
Lulu sliced black olives	España	10.90	440gms	24.77	\$6.75	3.99	3.46
Lulu sliced green olives	España	5.90	230gms	25.65	\$6.99	4.14	3.58
Figaro plain green olives	España	6.95	270gms	25.74	\$7.01	4.15	3.60
Acorsa green olives stuffed with pimienta	España	7.40	285gms	25.96	\$7.07	4.19	3.63
Cordoba green olives plain	España	7.65	280gms	27.32	\$7.44	4.41	3.82
Lulu green olives stuffed	España	5.50	200gms	27.50	\$7.49	4.43	3.84
Figaro plain green olives	España	5.70	200gms	28.50	\$7.77	4.60	3.98
Cordoba black olives	España	6.70	200gms	28.50	\$7.77	4.60	3.98
Figaro sliced black olives	España	14.20	480gms	29.58	\$8.06	4.77	4.13
Acorsa sliced black olives	España	7.10	230gms	30.87	\$8.41	4.98	4.31
Acorsa sliced green olives	España	7.10	230gms	30.87	\$8.41	4.98	4.31
Cordoba sliced black olives	España	7.15	230gms	31.09	\$8.47	5.01	4.34
Figaro olives stuffed with pimienta paste	España	8.40	270gms	31.11	\$8.48	5.02	4.35
Cordoba plain green olives	España	6.65	200gms	33.25	\$9.06	5.36	4.65
Cordoba green olives stuffed with pimienta	España	9.50	280gms	33.93	\$9.24	5.47	4.74
Figaro Pitted green olives	España	7.30	212gms	34.43	\$9.38	5.55	4.81
Figaro green olives stuffed	España	6.95	200gms	34.75	\$9.47	5.60	4.86
Cordoba olives stuffed with pimienta paste	España	7.40	200gms	37.00	\$10.08	5.97	5.17
Cordoba pitted olives	España	16.50	440gms	37.50	\$10.22	6.05	5.24
Cordoba olives pitted	España	7.10	170gms	41.76	\$11.38	6.73	5.84
ACEITUNAS GOURMET							
Spanish black olives	España	8.90	1KG	8.90	\$2.43	1.43	1.24
Lebanese black olives	Libano	1.35	100gms	13.50	\$3.68	2.18	1.89
Egyptian black olives jumbo	Egipto	1.35	100gms	13.50	\$3.68	2.18	1.89
Syrian black olives	Siria	1.45	100gms	14.50	\$3.95	2.34	2.03
Jordan black olives	Jordania	1.45	100gms	14.50	\$3.95	2.34	2.03
Spanish black olives plain	España	1.60	100gms	16.00	\$4.36	2.58	2.24
Jordan black olives w/oil	Jordan	1.70	100gms	17.00	\$4.63	2.74	2.38
Green black olives jumbo	España	1.75	100gms	17.50	\$4.77	2.82	2.45
Spanish black olives pitted	España	2.10	100gms	21.00	\$5.72	3.39	2.93
Turkish black olives stuffed with red pepper	Turquía	2.30	100gms	23.00	\$6.27	3.71	3.21
Turkish black olives with green pepper	Turquía	2.30	100gms	23.00	\$6.27	3.71	3.21
Spanish black olives	España	2.40	100gms	24.00	\$6.54	3.87	3.35

Marca	País de origen	Precio item AED	Peso	Precio Kg AED	Precio Kg US\$	Rango precios de importación US\$	
Greek kalamata jumbo	Grecia	2.45	100gms	24.50	\$6.68	3.95	3.42
Turkish pitted green olives	Turquía	2.50	100gms	25.00	\$6.81	4.03	3.49
Greek kalamata olives	Grecia	2.54	100gms	25.40	\$6.92	4.10	3.55
Turkish green olives stuffed with green pepper	Turquía	2.95	100gms	29.50	\$8.04	4.76	4.12
Turkish green olives stuffed with lemon	Turquía	3.10	100gms	31.00	\$8.45	5.00	4.33
Green olives Turkish with garlic	Grecia	3.10	100gms	31.00	\$8.45	5.00	4.33
Triolex extra large olives	Turquía	3.40	100gms	34.00	\$9.26	5.48	4.75
ACEITUNAS CONDIMENTADAS							
Egyptian olives black with masala	Egipto	1.30	100gms	13.00	\$3.54	2.10	1.82
Egyptian green olives with masala	Egipto	1.35	100gms	13.50	\$3.68	2.18	1.89
Spicy mixed olives	España	1.70	100gms	17.00	\$4.63	2.74	2.38
Spanish olives with masala	España	1.75	100gms	17.50	\$4.77	2.82	2.45

ANEXO IV**Importaciones y comercio de chocolates en los Emiratos Árabes*****Importaciones totales***

Las importaciones de chocolates y productos con contenido de cacao han crecido con una tasa anual promedio del 14% en los últimos 5 años, más alta que el crecimiento de las importaciones mundiales de este rubro. En los últimos 3 años las importaciones del producto han crecido contantemente más que las importaciones mundiales.

Reino Unido, Egipto, Turquía, Luxemburgo e Italia son los principales proveedores de chocolates y productos hechos con cacao.

Los productos de Reino Unido y de Luxemburgo son los que tienen precios de importación promedio más altos.

Marcas internacionales

Las marcas internacionales dominan el mercado independientemente de donde se produzcan. De hecho, marcas originales de Inglaterra y Holanda son producidas también en países como Egipto y Singapur. Así que, aparte de algunos casos como la marcas turcas y malayas, el mercado es dominado por marcas internacionales que el consumidor compra independientemente de su precio.

Por esta razón, aunque el precio promedio de exportación de Perú sea inferior al promedio general, hay que ponderar la posibilidad de competir con Reino Unido, Egipto, Luxemburgo, Holanda y Singapur pues la competencia está basada en marcas.

Formatos y gustos

En los supermercados los chocolates ocupan un corredor entero. Como lo indica la Tabla 1, las variedades incluyen:

- Chocolates negros y chocolates blancos
- Chocolates de leche
- Chocolates con nueces
- Chocolates con frutas
- Chocolates con dátiles (de producción local o regional)
- Chocolates con caramelos
- Chocolates surtidos

El porcentaje de cacao en los productos varía según la variedad: los chocolates negros tienen hasta 80% de contenido de cacao, mientras que los chocolates surtidos o con almendras tienen menos del 14%.

Los chocolates producidos en los Emiratos Árabes tienen 60% de cacao. Sin embargo el porcentaje de cacao no determina las preferencias de los consumidores y depende totalmente de las marcas. El contenido de cacao no tiene tampoco correlación con el precio al público.

Los formatos tienden a ser pequeños, entre 35 y 250 gramos. El formato más grande es de 500 gr.

Tabla 1 – Mercado de chocolates en los Emiratos Árabes - 2011

Marca	% Cacao	País de origen	Peso	Precio AED	Precio USD	Precio por 100g	Rango precio Importación US\$	
CHOCOLATE NEGRO								
Lindt Dark	85%	Francia	100gr	10.95	\$2.98	\$2.98	1.77	1.53
Lindt Lindor	85%	Alemania	100gr	10.25	\$2.79	\$2.79	1.65	1.43
Carrefour Chocolat Noir	72%	Francia	100gr	7.95	\$2.17	\$2.17	1.28	1.11
Carrefour Noir Extra	72%	Francia	100gr	5.75	\$1.57	\$1.57	0.93	0.80
Carrefour Noir Extra Chocolate	80%	Francia	100gr	6.50	\$1.77	\$1.77	1.05	0.91

Carrefour Noir Extra Chocolate	70%	Francia	100gr	10.95	\$2.98	\$2.98	1.77	1.53
Galaxy Smooth Dark	35%	Emiratos Árabes	43gr	2.05	\$0.56	\$1.30	0.77	0.67
Galaxy		Emiratos Árabes	36gr*24 pack	49.25	\$13.42	\$1.55	0.92	0.80
Hershey's with Dark Chocolate	13%	Estados Unidos	146gr	13.50	\$3.68	\$2.52	1.49	1.29
Hershey's Reese's	55%	Estados Unidos	51gr	3.50	\$0.95	\$1.87	1.11	0.96
Hershey's Chocolate	85%	Estados Unidos	15gr*24 pack	23.95	\$6.53	\$1.81	1.07	0.93
Kitkat Dark Chocolate	66%	UK	450gr	2.50	\$0.68	\$0.15	0.09	0.08
Toblerone Mini	28%	Suiza	200gr	11.10	\$3.02	\$1.51	0.89	0.78
Tiffany Chocolate		Emiratos Árabes	44gr*12 pack	12.50	\$3.41	\$0.65	0.38	0.33
Schogetten Dark Chocolate	65%	Alemania	100gr	4.60	\$1.25	\$1.25	0.74	0.64
M&M's Plain Chocolate		France	45gr	2.65	\$0.72	\$1.60	0.95	0.82
Ministreats Galaxy	74%	Madrid	42gr*24 pack	59.50	\$16.21	\$1.61	0.95	0.82
Ministreats Galaxy		Madrid	42gr	2.75	\$0.75	\$1.78	1.06	0.91
CHOCOLATE DE LECHE								
Cadbury Dairy Milk	20%	Egipto	45gr*5 pack	8.95	\$2.44	\$1.08	0.64	0.56
Cadbury Dairy Milk Chocolate		Egipto	100gr	5.30	\$1.44	\$1.44	0.85	0.74
Cadbury Flake	20%	Egipto	250gr	18.75	\$5.11	\$2.04	1.21	1.05
Cadbury Dairy Milk	20%	UK	250gr	18.50	\$5.04	\$2.02	1.19	1.03
Cadbury Twirl	14%	Singapur	41*4gr	9.50	\$2.59	\$1.58	0.93	0.81
Cadbury Curly Wurly	14% Milk Chocolate	Reino Unido	26gr	1.50	\$0.41	\$1.57	0.93	0.81
Cadbury Flake Milk Chocolate	20%	Marruecos	18gr	1.30	\$0.35	\$1.97	1.16	1.01
Cadbury Flake Milk Chocolate		Egipto	18gr*4 pack	5.35	\$1.46	\$2.02	1.20	1.04
Cadbury Flake Milk Chocolate		Egipto	32gr*5 pack	10.95	\$2.98	\$1.86	1.10	0.96
Cadbury Flake Milk Chocolate		Egipto	32gr*12 pack	25.00	\$6.81	\$1.77	1.05	0.91
Lindt Chocolate	31%	Suiza	300gr	26.00	\$7.08	\$2.36	1.40	1.21
Galaxy Ripple	25%	Emiratos Árabes	250gr*8 pack	10.00	\$2.72	\$0.14	0.08	0.07
Galaxy Ripple	25%	Emiratos Árabes	25gr	1.50	\$0.41	\$1.63	0.97	0.84
Galaxy Flute	29%	Egipto	22.5gr*9 pack	7.95	\$2.17	\$1.07	0.63	0.55
Galaxy		Emiratos Árabes	40gr*24 pack	51.90	\$14.14	\$1.47	0.87	0.76
Galaxy	25%	Emiratos Árabes	36gr	2.25	\$0.61	\$1.70	1.01	0.87
Galaxy		Emiratos Árabes	40gr	2.45	\$0.67	\$1.67	0.99	0.86
Kitkat	28%	UK	41.5gr	1.75	\$0.48	\$1.15	0.68	0.59
Kitkat Mini	53%	Alemania	250gr	12.75	\$3.47	\$1.39	0.82	0.71
Schogetten	30%	Alemania	100gr	4.30	\$1.17	\$1.17	0.69	0.60
Lindt Matte Chocolatier Suisse	31%	Suiza	100gr	10.75	\$2.93	\$2.93	1.73	1.50
Vanhouten		Singapur	100gr	5.60	\$1.53	\$1.53	0.90	0.78
Vanhouten with Milk Chocolate		Singapur	150gr	9.75	\$2.66	\$1.77	1.05	0.91
Chocolat Alprose	74%	Suiza	100gr	6.95	\$1.89	\$1.89	1.12	0.97
Carrefour Milk Chocolate		France	200gr	9.50	\$2.59	\$1.29	0.77	0.66
Kinder	33%	Italia	125gr	8.50	\$2.32	\$1.85	1.10	0.95
Kinder Chocolate	32%	Italia	100gr	4.90	\$1.34	\$1.34	0.79	0.68
Kinder Chocolate	32%	Italia	50gr	3.00	\$0.82	\$1.63	0.97	0.84
Kinder Chocolate	32%	Italia	60gr	10.00	\$2.72	\$4.54	2.69	2.33
Kinder Chocolate		Italia	20gr*50 pack	49.00	\$13.35	\$1.34	0.79	0.68
Kinder Chocolate		Italia	10gr*100 pack	46.10	\$12.56	\$1.26	0.74	0.64
Nestle Smarties Mini Milk Chocolate	65%	Alemania	216gr	11.45	\$3.12	\$1.44	0.85	0.74
Nestle Smarties	65%	Alemania	40gr	2.50	\$0.68	\$1.70	1.01	0.87
Nestle Smarties	65%	Alemania	40gr*14 pack	48.00	\$13.08	\$2.34	1.38	1.20

M&M's Milk Chocolate	8%	Francia	30.6gram	2.75	\$0.75	\$2.50	1.48	1.28
M&M's		Francia	150gr	7.75	\$2.11	\$1.41	0.83	0.72
M&M's		Francia	30gr*4 pack	8.75	\$2.38	\$1.99	1.18	1.02
Maltesers	14%	Países Bajos	175gr*2 pack	18.75	\$5.11	\$1.46	0.86	0.75
Maltesers	14%	Países Bajos	37gr	2.95	\$0.80	\$2.17	1.29	1.11
Maltesers	14%	Países Bajos	37gr*25 pack	62.00	\$16.89	\$1.83	1.08	0.94
Galaxy Mini		Emiratos Árabes	150gr	9.25	\$2.52	\$1.68	0.99	0.86
Galaxy		Emiratos Árabes	36gr*24 pack	49.25	\$13.42	\$1.55	0.92	0.80
Galaxy Mini Smooth Milk	25%	Emiratos Árabes	270gr	14.50	\$3.95	\$1.46	0.87	0.75
Hershey's Milk Chocolate	13%	Estados Unidos	82gr	8.50	\$2.32	\$2.82	1.67	1.45
Hershey's Milk Chocolate	13%	Estados Unidos	146gr	13.50	\$3.68	\$2.52	1.49	1.29
Hershey's Creamy Milk Chocolate	100% Milk Chocolate	Emiratos Árabes	35gr	1.95	\$0.53	\$1.52	0.90	0.78
Twix Mini	26% Milk Chocolate	Países Bajos	270gr*2 pack	22.25	\$6.06	\$1.12	0.66	0.58
Twix Mini	14% Milk Chocolate	Países Bajos	150gr	9.00	\$2.45	\$1.63	0.97	0.84
Kitkat Mini	53%	Alemania	250gr	12.75	\$3.47	\$1.39	0.82	0.71
Kitkar Chunky	67.8% Milk Chocolate	Alemania	250gr	9.50	\$2.59	\$1.04	0.61	0.53
Kitkat Milk Chocolate	67%	Australia	20.5gr	15.00	\$4.09	\$20.44	12.09	10.48
Toblerone Mini	28%	Suiza	200gr	11.10	\$3.02	\$1.51	0.89	0.78
Nestle Lion Bar		Polonia	650gr	2.45	\$0.67	\$0.10	0.06	0.05
Tiffany Chocolate		Emiratos Árabes	44gr*12 pack	12.50	\$3.41	\$0.65	0.38	0.33
Ulker Hobby Chocolate		Turquía	30gr*36 pack	27.00	\$7.36	\$0.68	0.40	0.35
Ulker Hobby Chocolate		Turquía	30gr	0.75	\$0.20	\$0.68	0.40	0.35
Schogetten	30%	Alemania	100gr	4.30	\$1.17	\$1.17	0.69	0.60
Lindt Lindor Milk Chocolate	32%	Suiza	500gr	51.00	\$13.90	\$2.78	1.64	1.43
M&M's Plain Chocolate		Francia	45gr	2.65	\$0.72	\$1.60	0.95	0.82
Quality Street Mackintosh	50.70%	Producido en el Reino Unido empaque en Emiratos Árabes	200gr	14.95	\$4.07	\$2.04	1.21	1.04
Kitkat Mini	53%	Alemania	250gr	12.75	\$3.47	\$1.39	0.82	0.71
Kitkar Chunky	67.8% Milk Chocolate	Alemania	250gr	9.50	\$2.59	\$1.04	0.61	0.53
Kitkat	28%	Australia	45gr*24 pack	49.50	\$13.49	\$1.25	0.74	0.64
Kitkat Milk Chocolate	67%	Australia	20.5gr	15.00	\$4.09	\$20.44	12.09	10.48
Nestle Aero	25%	Sudáfrica	225gr	10.95	\$2.98	\$1.33	0.78	0.68
Nestle Aero	25%	Sudáfrica	34.5gr	3.00	\$0.82	\$2.37	1.40	1.22
CHOCOLATE BLANCO								
Toblerone White Chocolate	28%	Suiza	100gr	5.95	\$1.62	\$1.62	0.96	0.83
Toblerone White Chocolate		Suiza	20gr*100 pack	106.00	\$28.88	\$1.44	0.85	0.74
Schogetten White Chocolate		Alemania	100gr	4.45	\$1.21	\$1.21	0.72	0.62
Guylian White Chocolate	30%	Bélgica	200gr	30.45	\$8.30	\$4.15	2.45	2.13
Guylian White Chocolate	25%	Bélgica	225gr	34.25	\$9.33	\$4.15	2.45	2.13
CHOCOLATE CON FRUTA								
Cadbury Dairy Milk with Fruit and Nut	20%	Egipto	230gr	9.95	\$2.71	\$1.18	0.70	0.60
Lindt Chocolate with Milk	30%	Suiza	300gr	26.25	\$7.15	\$2.38	1.41	1.22
Vanhouten with Fruit and Nut		Singapur	200gr	12.95	\$3.53	\$1.76	1.04	0.90

Carrefour Noir Pear		Francia	100gr	6.25	\$1.70	\$1.70	1.01	0.87
Carrefour Noir Orange		Francia	100gr	6.25	\$1.70	\$1.70	1.01	0.87
Toblerone Fruit and Nut	28%	Suiza	35gr	2.55	\$0.69	\$1.99	1.17	1.02
Vochelle Fruit and Nut Burj Khalifa		Malaysia	205gr	29.95	\$8.16	\$3.98	2.36	2.04
Vochelle Fruit and Nut Normal		Malaysia	380gr	28.00	\$7.63	\$2.01	1.19	1.03
CHOCOLATE CON NUECES								
Cadbury Dairy Milk with Hazelnut	20%	Egipto	230gr	9.95	\$2.71	\$1.18	0.70	0.60
Cadbury Dairy Milk with Hazelnut		Egipto	100gr	4.50	\$1.23	\$1.23	0.73	0.63
Lindt Chocolate with Almonds	31%	Suiza	300gr	26.00	\$7.08	\$2.36	1.40	1.21
Vanhouten with Fruit and Nut		Singapur	200gr	12.95	\$3.53	\$1.76	1.04	0.90
Chocolat Alprose with Almonds	74%	Suiza	300gr	19.85	\$5.41	\$1.80	1.07	0.92
Carrefour Chocolat Noir Dark Chocolate and with Hazelnut and Praline Praline	72%	Francia	100gr	12.25	\$3.34	\$3.34	1.98	1.71
Carrefour Praline	30%	Francia	150gr	9.50	\$2.59	\$1.73	1.02	0.88
M&M's with Peanuts		Francia	49.3gr	2.75	\$0.75	\$1.52	0.90	0.78
Galaxy Mini Hazel	25%	Emiratos Árabes	180gr	9.00	\$2.45	\$1.36	0.81	0.70
Galaxy Hazelnut	25%	Emiratos Árabes	43gr	2.05	\$0.56	\$1.30	0.77	0.67
Hershey's Kisses Milk Chocolate with Almonds	13%	Estados Unidos	150gr	13.50	\$3.68	\$2.45	1.45	1.26
Hershey's with Hazelnut	13%	Estados Unidos	82gr	8.50	\$2.32	\$2.82	1.67	1.45
Hershey's with Hazelnut	13%	Estados Unidos	146gr	13.50	\$3.68	\$2.52	1.49	1.29
Hershey's with Almonds	13%	Estados Unidos	82gr	8.50	\$2.32	\$2.82	1.67	1.45
Hershey's with Almonds	13%	Estados Unidos	190grms	16.15	\$4.40	\$2.32	1.37	1.19
Hershey's Almonds	88% Milk Chocolate	Emiratos Árabes	40gr	2.95	\$0.80	\$2.01	1.19	1.03
Hersheys Reese's	55%	Estados Unidos	51gr	3.50	\$0.95	\$1.87	1.11	0.96
Best For Kids with Peanuts		Emiratos Árabes	2.5gr	0.75	\$0.20	\$8.17	4.84	4.19
Toblerone Fruit and Nut	28%	Suiza	35gr	2.55	\$0.69	\$1.99	1.17	1.02
Schogetten Milk Chocolate with Hazelnut		Alemania	100gr	4.30	\$1.17	\$1.17	0.69	0.60
Schogetten Praline and Cappucino	30%	Alemania	100gr	4.30	\$1.17	\$1.17	0.69	0.60
Vanhouten Almond		Malaysia	300gr	26.95	\$7.34	\$2.45	1.45	1.26
Vochelle Fruit and Nut Burj Khalifa		Malaysia	205gr	29.95	\$8.16	\$3.98	2.36	2.04
Vochuele Fruit and Nut Normal		Malaysia	380gr	28.00	\$7.63	\$2.01	1.19	1.03
Vochuele Hazelnut and Almonds		Bélgica	380gr	29.45	\$8.02	\$2.11	1.25	1.08
Bounty Mini		Países Bajos	150gr	9.00	\$2.45	\$1.63	0.97	0.84
Bounty	14% Milk Chocolate	Países Bajos	57gr	2.25	\$0.61	\$1.08	0.64	0.55
Bounty	14% Milk Chocolate	Países Bajos	57gr*4pack	50.25	\$13.69	\$6.01	3.55	3.08
CHOCOLATE CON DATILES								
Arabian Delights Dark Chocolate with Dates	60%	Emiratos Árabes	530gr	69.90	\$19.05	\$3.59	2.13	1.84
Arabian Delights Dark Chocolate with Dates	60%	Emiratos Árabes	290gr	46.90	\$12.78	\$4.41	2.61	2.26
Arabian Delights Dark Chocolate with Dates	60%	Emiratos Árabes	760gr	99.90	\$27.22	\$3.58	2.12	1.84
Arabian Delights Dark Chocolate with Dates	60%	Emiratos Árabes	250gr	27.90	\$7.60	\$3.04	1.80	1.56
Arabian Delights Dark Chocolate with Dates	60%	Emiratos Árabes	500gr	34.75	\$9.47	\$1.89	1.12	0.97
Arabian Delights Dark Chocolate with Dates	60%	Emiratos Árabes	180gr	14.25	\$3.88	\$2.16	1.28	1.11

Arabian Delights Dark Chocolate with Dates	60%	Emiratos Árabes	90gr	7.10	\$1.93	\$2.15	1.27	1.10
Arabian Delights Dark Chocolate with Dates	60%	Emiratos Árabes	44gr	4.90	\$1.34	\$3.03	1.80	1.56
CHOCOLATE SURTIDOS								
Vanhouten Assortment		Malaysia	380gr	33.95	\$9.25	\$2.43	1.44	1.25
Belgian Crème Brulee Cracolates	25%	Bélgica	380gr	29.45	\$8.02	\$2.11	1.25	1.08
Belgian Crème Brulee Mint Medallion	33%	Bélgica	380gr	29.45	\$8.02	\$2.11	1.25	1.08
Belgian Crème Brulee	25%	Bélgica	200gr	20.00	\$5.45	\$2.72	1.61	1.40
Belgian Crème Brulee Caramel Medallions	25%	Bélgica	200gr	20.00	\$5.45	\$2.72	1.61	1.40
Guylian Opus Chocolate	49%	Bélgica	200gr	30.45	\$8.30	\$4.15	2.45	2.13
Guylian Le Gourmet Assortment Chocolate	32%	Bélgica	225gr	34.25	\$9.33	\$4.15	2.45	2.13
Ferrero Rocher	16%	Italia	300gr	31.10	\$8.47	\$2.82	1.67	1.45
Ferrero Rocher		Italia	200gr	19.95	\$5.44	\$2.72	1.61	1.39
Ferrero Rocher		Italia	400gr	24.00	\$6.54	\$1.63	0.97	0.84
Ferrero Rocher		Italia	600gr	35.95	\$9.80	\$1.63	0.97	0.84
Ferrero Rocher		Italia	1.1kilo	82.20	\$22.40	\$2.04	1.20	1.04
Ferrero Rocher		Italia	1.5kilos	82.95	\$22.60	\$1.51	0.89	0.77
Quality Street Mackintosh	50.70%	Producido en Reino Unido empaquetado en Emiratos Árabes	200gr	14.95	\$4.07	\$2.04	1.21	1.04
Lindt Lindor Assorted	32%	Suiza	500gr	57.95	\$15.79	\$3.16	1.87	1.62
Guylian C	34%	Bélgica	125gr	33.05	\$9.01	\$7.20	4.26	3.69
CHOCOLATE CON CARAMELO								
Galaxy Mini Caramel		Emiratos Árabes	180gr	9.00	\$2.45	\$1.36	0.81	0.70
Galaxy Caramel	25%	Emiratos Árabes	43gr	2.05	\$0.56	\$1.30	0.77	0.67
Kitkat Caramel	28%	Australia	65gr	2.95	\$0.80	\$1.24	0.73	0.63
Snickers Miniature		Países Bajos	150gr	9.00	\$2.45	\$1.63	0.97	0.84
Snickers Mini	35% Milk Chocolate	India	270gr	22.95	\$6.25	\$2.32	1.37	1.19
Snickers Cruncher	14%	Marruecos	40gr	2.25	\$0.61	\$1.53	0.91	0.79
Snickers	25%	Emiratos Árabes	54gr	2.50	\$0.68	\$1.26	0.75	0.65
Mars Mini		Países Bajos	150gr	9.00	\$2.45	\$1.63	0.97	0.84
Mars Mini		Países Bajos	270gr	22.95	\$6.25	\$2.32	1.37	1.19
Mars	25%	Países Bajos	45gr	12.50	\$3.41	\$7.57	4.48	3.88
Mars	25%	Países Bajos	51gr	2.25	\$0.61	\$1.20	0.71	0.62