

SERVICIOS AL  
**EXPORTADOR**

información

2012

Guía de Mercado

**España**



*prom*  
perú

## **Contenido**

---

### **Resumen Ejecutivo**

#### **1. Información General**

#### **2. Situación Económica y de Coyuntura**

**2.1. Análisis de las Principales Variables Macroeconómicas**

**2.2. Evolución de los Principales Sectores Económicos**

**2.3. Nivel de Competitividad**

#### **3. Comercio Exterior de Bienes y Servicios**

**3.1. Intercambio Comercial de España con el Mundo**

**3.2. Intercambio Comercial de España con el Perú**

#### **4. Acceso al Mercado**

**4.1. Medidas Arancelarias y No Arancelarias**

**4.2. Otros Impuestos Aplicados al Comercio**

**4.3. Distribución y Transporte de Mercaderías**

#### **5. Oportunidades Comerciales**

**5.1. Preferencias Obtenidas en Acuerdos Comerciales**

**5.2. Productos con Potencial Exportador**

#### **6. Tendencias del Consumidor**

#### **7. Cultura de Negocios**

#### **8. Contactos de Interés**

#### **9. Eventos Comerciales**

#### **10. Bibliografía**

## Resumen Ejecutivo

Las exportaciones de España al mundo alcanzaron los US\$ 306,463 millones en 2011, lo que equivale a una variación positiva de 20.4% respecto al año anterior, pero en el período 2007-2011 el incremento promedio anual fue menor (4.86%). Por su parte, las importaciones totalizaron los US\$ 373,653 millones, mayor en 14.2% comparado con 2010, pero representan una contracción de 1.1% para el quinquenio 2007-2011. Los principales socios comerciales de España son los países de la Unión Europea, sin embargo China tendrá un rol protagónico durante los siguientes años, al penetrar en los nichos de mercados que dejó la crisis internacional.

El comercio entre Perú y España es más dinámico. Las exportaciones de Perú a España crecen a un promedio anual de 14.6% pero en 2011 hubo un incremento de hasta 68.3%. Similar situación ocurre con las importaciones, crecían 18.6% en el último quinquenio pero se dispararon en 2011 (52.1%). De esa manera, la brecha comercial siguió siendo positiva y casi se duplicó en el último año. Las ventas a España sumaron los US\$ 1,703 millones, mientras que las importaciones apenas US\$ 533 millones.

Las compras de España al Perú solo representan el 0.6% de lo que compra al mundo, mientras que la importancia de España para Perú como destino de su oferta es mayor (1.5%). Las compras españolas al Perú se centran en productos tradicionales (67%) y el restante 33% en no tradicionales. Dentro de las tradicionales, la mitad de las compras se compone de productos mineros, mientras que en las no tradicionales, cerca del 90% es de productos agrícolas y pesqueros.

La pota o calamar gigante es el principal producto no tradicional que se envía al mercado español, seguido de pimiento piquillo, espárragos, paltas, páprika y alcachofas, lacas colorantes, langostinos, anchoas, uvas y carmín en cochinilla, que en conjunto representaron el 75% de las ventas totales a España.

En 2011 el total de empresas que enviaron productos a España fue de 837, 57 más que en 2010 y 100 más que en 2009. Luego de la crisis económica, si bien las exportaciones peruanas crecen rápidamente, ese dinamismo se concentra en las empresas llamadas grandes, las cuales son mineras en su totalidad.

Las exportaciones de textiles y confecciones tienen una baja participación respecto al total de envíos y registraron una fuerte caída en 2011 (-11.5%). Es un mercado complicado para las prendas peruanas, pues el poder adquisitivo de las familias españolas se recupera lentamente y además existe una agresiva competencia con los productos que provienen de Asia y Francia Italia, Portugal y Turquía, pese a gozar de un arancel de "0".

Es importante destacar que las perspectivas económicas para España este año no son las mejores; si bien hay una mejora en los indicadores macroeconómicos, siempre está latente el temor a una nueva contracción. El poder adquisitivo continuará siendo menor al de los últimos años y el desempleo descenderá muy lentamente, por ello los exportadores peruanos tendrán dificultades en concretizar negocios sobretodo en la rama textil, mientras que los que envían alimentos, por ser productos primarios, no tendrían mayores limitaciones.



## 1. Información General

España es un país miembro de la Unión Europea. Su forma de gobierno es una monarquía parlamentaria. Limita con Francia y con el Principado de Andorra por el norte, con Portugal por el oeste y con la colonia británica de Gibraltar por el sur.

En sus territorios africanos, comparte fronteras terrestres y marítimas con Marruecos. Comparte con Francia la isla de los Faisanes en la desembocadura del río Bidasoa.

En cuanto a extensión territorial, España ocupa la cuarta posición a nivel europeo, detrás de Rusia, Ucrania y Francia. Posee un área de 505,370 km<sup>2</sup>, que representa aproximadamente el 40% del territorio peruano. A pesar que la superficie peruana es aproximadamente 2.5 veces mayor que la española, la población de España es 1.58 veces mayor a la de Perú.

Se estima que la población española es de aproximadamente 46.1 millones<sup>1</sup>. Por género, el femenino representa el 50.7% y el restante 49.3% es masculino. La densidad de la población es de 93.17 hab/km<sup>2</sup>, menor a la mayoría de países ubicados en Europa Occidental. En cuanto a la distribución de la población por edad se observa que el 15.1% son menores de 14 años, el 67.7% se encuentra entre 15 y 64 años y el 17.1% tiene más de 65 años. Las zonas de mayor densidad se ubican en la costa y alrededor de la capital, Madrid.

El 77% de la población es urbana. La capital Madrid, que es una de las ciudades más pobladas del mundo, con 6.5 millones de habitantes. El rápido crecimiento económico que tuvo el país a partir de los años setenta influyó en la migración de miles de personas. Otras ciudades importantes son Barcelona (5.5mill.), Valencia (2.6mill.), Alicante (1.9mill.), Sevilla (1.9 mill.) y Málaga (1.6mill.)

España presenta una de las mayores tasas de inmigración a nivel mundial y es el segundo país, detrás de Estados Unidos, que recibe el mayor número de inmigrantes en números absolutos. Recibe principalmente ciudadanos de origen iberoamericano, de otros países de Europa Occidental y del Este, así como de países como Marruecos, Argelia y Túnez.

La edad mediana es de 40.5 años y la tasa de crecimiento de la población es de 0.574%. La esperanza de vida es de 81 años. Además, el 94% de la población española profesa el catolicismo y otros representa el 6%.

<sup>1</sup>Instituto Nacional de Estadística de España

El idioma oficial es el español. Sin embargo, ciertas regiones autónomas emplean su propio idioma regional reconocido por la constitución, e inclusive utilizado a la hora de hacer negocios. Estos idiomas son vasco, catalán, gallego, valenciano, entre otros.

## 2. Situación Económica y de Coyuntura

### 2.1 Análisis de las Principales Variables Macroeconómicas

La tasa de crecimiento del PBI ha sido positiva en el 2011 aunque se espera que se revierta esta situación para el 2012. De acuerdo a las estimaciones del FMI, decrecería en 1.54% en 2011. El nivel de desempleo se intensificó con la crisis y alcanzó al 21.7% en 2011. De esa manera, los retos fundamentales a los que se enfrenta España incluyen una reducción en la tasa de desempleo así como las reformas en las leyes laborales.

Respecto al consumo privado, según Funcas – Fundación de Cajas de Ahorro de España- en 2011 el consumo de las familias disminuirá 1.8%, mayor a la disminución que hubo en el 2010 (1.0%), debido a la caída de la renta disponible real (ajustada con la inflación) y la continuidad en la pérdida de empleos. Ello afectará a la demanda de bienes y servicios en general y también las importaciones. Funcas prevé que en 2012 las compras al exterior disminuirá significativamente (4.8%). Cabe resaltar que la disminución en el año 2010 fue de 0.9%. De esa manera, es de esperar que los envíos de Perú a España no crezcan al mismo ritmo del año anterior.

**Cuadro 1: España**  
**Evolución de los indicadores macroeconómicos**  
**2006 – 2010**

Indicadores	2007	2008	2009	2010	2011	2012*
PBI (variación %)	3.479	0.893	-3.742	-0.322	0.417	-1.538
PBI Per cápita (US\$)	32,168	35,113	31,782	30,208	32,077	28,976
Desempleo (variación %)	8.275	11.3	18	20.075	21.65	24.9
Inflación (variación %)	2.844	4.13	-0.238	2.043	3.052	2.44

Fuente: World Economic Outlook, FMI

- **Tipo de cambio**

Desde el 1 de enero de 2002, la unidad monetaria es el Euro (EUR). Las equivalencias monetarias en términos del dólar norteamericano USD (Unidad Monetaria de los Estados Unidos) y de nuevos soles PEN (Perú) se indican en cuadro adjunto<sup>2</sup>.

<sup>2</sup> Para mayor información: [www.xe.com](http://www.xe.com)

Fecha 2012. 11.15 17:23:00 UTC.

---

<b>1.00 USD</b>	=	<b>0.697498 EUR</b>
UnitedStatesDollars		Euro
1 USD = 0.7845 EUR		1 EUR = 1.2747 USD

---

---

<b>1.00 EUR</b>	=	<b>3.3384 PEN</b>
Euro		Peruvian Nuevo Sol
1 EUR = 3.3384 PEN		1 PEN = 0.2995 EUR

---

## 2.2 Evolución de los Principales Sectores Económicos

Tradicionalmente España es un país eminentemente agrícola, produciendo grandes cultivos de trigo, remolacha azucarera, cebada, tomates, olivos, frutas cítricas, uvas y carne de cerdo. España es el primer productor de aceite de oliva y el tercer productor de vino a nivel mundial. Asimismo es el primer productor de limones, naranjas y fresas. La agricultura contribuye con 3.2% del PBI del país.<sup>3</sup>

España representa una de las zonas agrícolas más importantes en la zona del Mediterráneo. Las regiones, en donde la agricultura representa un sector importante, son Andalucía, Murcia, Extremadura, las dos Castillas, Rioja, Galicia y Navarra. Junto a Dinamarca, España tiene la flota pesquera más grande de la UE. La industria pesquera ha representando un sector importante en los últimos diez años, particularmente en alimentos listos para servir y pescados ahumados.

El sector manufactura se ha desarrollado principalmente en sectores como textiles, procesamiento de alimentos, acero y hierro, maquinarias e ingeniería naval. Nuevos sectores como tecnologías de la información y telecomunicaciones muestran también un alto crecimiento potencial.

El turismo es un sector en pleno auge y es una importante fuente de ingreso para el mercado español. España ocupa el segundo lugar como destino turístico en el mundo, detrás de Francia, lo cual estimula la exportación de bienes y servicios. El sector servicios contribuye cerca del 71.6% del PBI.<sup>4</sup>

## 2.3 Nivel de Competitividad

En el Cuadro N° 2 se presenta la clasificación global de los datos de *Doing Business* (Facilidad de Hacer Negocios entre 185 economías) y la clasificación por cada tema, tanto para el Perú, España y demás economías similares. El Perú se encuentra en la posición 43° en el ranking global con respecto a la facilidad de hacer negocios, mientras que España se encuentra en la posición 44°. Cabe recalcar que Perú se mantuvo en la misma posición con respecto a 2010.

Por otro lado, España retrocedió dos posiciones con respecto a 2011 debido principalmente a una disminución en las siguientes variables: permiso de construcción (bajó 5 posiciones), apertura de negocio (bajó 2 posiciones) y protección al inversor (bajó 2 posiciones).

---

<sup>3</sup> CIA WorldFact Book

<sup>4</sup> CIA WorldFact Book

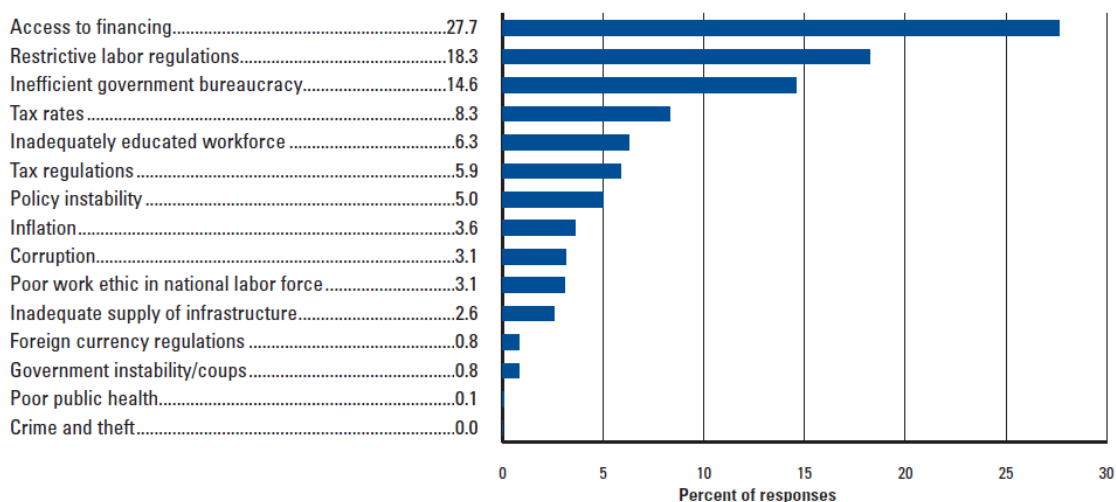
**Cuadro 2: Ranking de Facilidad para hacer negocios 2011**

Criterios	España	Perú	Francia	Italia	Alemania	Colombia	Chile
<b>Facilidad de hacer negocios</b>	<b>44</b>	<b>43</b>	<b>34</b>	<b>73</b>	<b>20</b>	<b>45</b>	<b>37</b>
Apertura de un negocio	136	60	27	84	106	61	32
Manejo permiso de construcción	38	86	52	103	14	27	84
Registro de propiedades	57	19	146	39	81	52	55
Obtención de crédito	53	23	53	104	23	70	53
Protección de los inversores	100	13	82	49	100	6	32
Pago de impuestos	34	85	53	131	72	99	36
Comercio transfronterizo	39	60	27	55	13	91	48
Cumplimiento de contratos	64	115	8	160	5	154	70
Cierre de una empresa	20	106	43	31	19	21	98

Fuente: Doing Business 2010. Banco Mundial

En el gráfico N° 1 se observa claramente que los dos principales problemas para hacer negocios en España son: el acceso al financiamiento y la regulación laboral restrictiva. La burocracia se ubica en el tercer lugar.

**Gráfico 1: Factores Problema para Hacer Negocios**



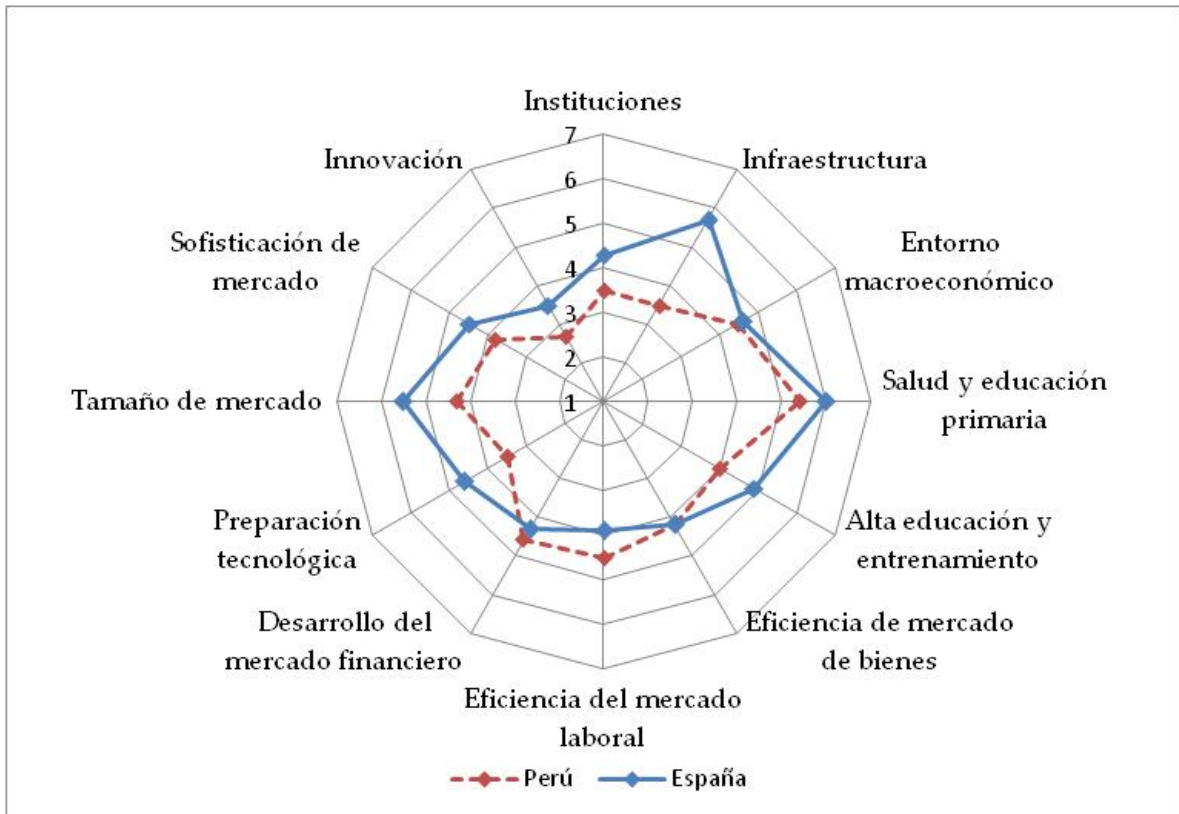
Fuente: WEF Global Competitiveness Report 2011-2012  
Elaboración: PROMPERU

En términos de competitividad España y Perú obtuvieron 4.5 y 4.11 puntos respectivamente. Sin embargo cabe destacar que ambos países no se encuentran en el mismo nivel de desarrollo.



España se encuentra en el tercer estado de desarrollo mientras que Perú se ubica en el segundo estado, según el último reporte de competitividad global 2010-2011 (World Economic Forum). Ello implica que tanto la estrategia como las políticas a utilizar serán diferentes ya que se deben cumplir etapas y procesos distintos.

**Gráfico 2: Índice de Competitividad Global**



Fuente: WEF Global Competitiveness Report 2011-2012  
 Elaboración: PROMPERU

De acuerdo a la metodología utilizada, se debe desarrollar la eficiencia en los procesos de producción y calidad del producto para avanzar al siguiente nivel de desarrollo en el caso de Perú. Para aumentar la competitividad, en este segundo estado, se debe enfatizar en mejorar el nivel de educación y entrenamiento laboral así como el desarrollo del mercado financiero, la eficiencia de mercado de bienes, la implementación de nuevas tecnologías e incrementar la participación en nuevos mercados.

### 3. Comercio Exterior de Bienes y Servicios

Gran parte del comercio internacional que realiza España es con sus países vecinos, es decir, los países de la Comunidad Europea, en especial Alemania y Francia. La cercanía geográfica y los acuerdos comerciales en el bloque explican ello. Con menor representatividad aparecen China y Estados Unidos. China, el cual es un gran productor de bienes a bajo costo, le ha valido para tener una fuerte presencia en diversos mercados, ostentando una participación como país proveedor de 5.8% en 2011.

#### 3.1 Intercambio Comercial de España con el Mundo

En 2011 las exportaciones españolas totalizaron los US\$ 306,463 millones, 20.4% mayor al año anterior. Las importaciones se situaron en US\$ 373,653 millones. Dicho monto representó un aumento de 14.2% con respecto a 2010.

En 2011 la balanza comercial de España se mantuvo negativa con un saldo de US\$ 67,190 millones. Se observa que la brecha entre exportaciones e importaciones aumentó drásticamente en el año 2010 y se redujo drásticamente a la mitad un año antes que se iniciara la crisis económica internacional.

El intercambio comercial de España con el mundo sumó US\$ 680,116 millones en 2011, lo que representó un aumento de 16.9% con respecto al año previo. Sin embargo, dicho monto no llegó al nivel de pre crisis. Se observa una tendencia creciente con una tasa de crecimiento promedio de 1.4%.

**Cuadro 3: Intercambio Comercial de España**  
En millones de US\$

Indicadores	2007	2008	2009	2010	2011	Var % Prom. 2011 - 2007	Var% 2011 - 2010
Exportaciones	253,444	282,395	227,460	254,475	306,463	4.86	20.43
Importaciones	389,748	422,643	293,559	327,096	373,653	-1.05	14.23
Balanza Comercial	-136,304	-140,248	-66,099	-72,621	-67,190	-	-
Intercambio Comercial	643,192	705,038	521,019	581,571	680,116	1.41	16.94

Fuente: World Trade Atlas - CIA

En 2011 los cinco principales destinos de las exportaciones españolas fueron: Francia (17%), Alemania (10%), Portugal (8.2%), Italia (8.1%) y Reino Unido (6%). Estos cinco mercados representaron el 44% del total exportado por España.

Como se observa en el cuadro 4, las exportaciones en general disminuyeron, entre 2008 y 2009, debido a la crisis internacional. Los montos de las exportaciones que se registraron en 2010 no lograron superar a los montos del año pre crisis (2008) como sucedió con varios países asiáticos y latinoamericanos. Sin embargo en el año 2011 las exportaciones se están recuperando con respecto al año pre crisis y en muchos casos ya lo superaron.

Por otro lado, en el cuadro 5, los principales países que mostraron una mayor variación en el periodo 2010-2011 fueron: Arabia Saudita (70%), Nigeria (49%) y Rusia (46%).

**Cuadro 4: Principales destinos de las exportaciones de España  
(Millones de US\$)**

Países destino	2007	2008	2009	2010	2011	Var % 2010/2011
Francia	47621.6	51892.3	43994.1	47083.7	53563.4	13.8
Alemania	27260.6	29740.1	25693.6	27152.8	31840.6	17.3
Portugal	21966.6	25586.9	20892.4	22804.3	25009.7	9.7
Italia	22551.1	22816.3	19301.2	22863.3	24939.3	9.1
Reino Unido	19583.8	20064.1	14425.2	16002.5	20230.9	26.4
Estados Unidos	10120.9	11013.2	7848.7	8635.0	11035.8	27.8
Países Bajos	8280.9	8883.2	7049.7	8145.5	9062.6	11.3
Bélgica	7145.2	8502.6	6340.2	7309.2	8736.1	19.5
Turquía	4018.1	4413.8	3939.7	4904.0	6206.9	26.6
Marruecos	4096.6	5252.8	4195.6	4521.5	5963.3	31.9
Suiza	3276.4	3617.6	3661.6	4496.4	5802.7	29.1
Polonia	3358.3	4061.6	3443.3	3892.9	5047.2	29.7
Otros países	74163.9	86550.3	66674.8	76664.8	99025.3	29.2
<b>Total</b>	<b>253444.0</b>	<b>282394.6</b>	<b>227460.1</b>	<b>254476.0</b>	<b>306463.8</b>	<b>20.4</b>

Fuente: Global Trade Atlas  
Elaboración: PROMPERU

Los cinco principales países proveedores son Alemania (12.9%), Francia (11.7%), Italia (6.6%), China (5.8%) y Países Bajos (5.0%). Al igual que en el cuadro anterior, se observa una recuperación general del monto importado de todos los países que comercian con España durante el año 2011 con respecto al año 2010. Se puede notar que España está nuevamente importando más de la mayoría de proveedores, y ninguno registró variaciones negativas durante el año 2011.

**Cuadro 5: Principales proveedores de España  
(Millones de US\$)**

Proveedores	2007	2008	2009	2010	2011	Var % 2011/2010
Alemania	62644.1	61976.6	41219.2	41655.9	48068.5	15.4
Francia	50042.7	50561.4	37595.1	38354.5	43802.3	14.2
Italia	33939.8	33734.9	21635.2	24228.2	24833.6	2.5
China	21657.2	25257.5	16673.5	21130.8	21625.6	2.3
Países Bajos (Holanda)	18732.3	19609.8	15879.3	18067.6	18589.9	2.9
Reino Unido	19746.7	20036.0	14462.8	16277.7	16826.8	3.4
Portugal	12958.0	14476.3	12138.6	12538.5	13773.2	9.8

Estados Unidos	11484.2	14155.8	9263.3	10563.7	13097.7	24.0
Bélgica	13740.1	14183.7	11202.9	10900.1	12345.9	13.3
Rusia	10587.1	10991.8	6371.5	7979.1	11616.7	45.6
Nigeria	5033.9	6917.2	3922.5	5658.7	8436.7	49.1
Arabia Saudita	4467.9	6246.9	3404.9	4774.8	8105.9	69.8
Otros países	124714.3	144495.6	99791.1	114967.2	132530.5	15.3
<b>Total</b>	<b>389748.2</b>	<b>422643.4</b>	<b>293559.9</b>	<b>327096.8</b>	<b>373653.4</b>	<b>14.2</b>

Fuente: TRADE MAP  
Elaboración: PROMPERU

### 3.2 Intercambio Comercial de España con el Perú

El monto total de las exportaciones peruanas a España se situó en US\$ 1,703 millones en 2011, monto 68.3% superior al año anterior. En dicho año las importaciones alcanzaron US\$ 533 millones; este monto representó un aumento de 52.1% respecto a 2010. La crisis internacional afectó de manera momentánea el comercio entre ambos países. Sin embargo, en 2010 las exportaciones se recuperaron y superaron los niveles de los años sin crisis.

La balanza comercial de Perú con España ha tenido un desempeño variable en los últimos años. Durante los últimos cinco años, se registró un superávit máximo de US\$ 804 millones en 2010 y un mínimo de US\$ 451 millones en 2009. Además, el saldo de la balanza comercial ha sido positivo para el Perú en los últimos años debido al fuerte crecimiento de las exportaciones.

El intercambio comercial entre ambos países sumó US\$ 2,236 millones en 2011. Dicho monto representó un aumento de 63.7% con respecto al año previo. Se observa una tendencia creciente a pesar de la disminución que se registró en el año 2009.

**Cuadro 6: Balanza Comercial Perú con España**  
Valores en millones de US\$

Indicadores	2007	2008	2009	2010	2011	Var % Prom. 2011 - 2007	Var% 2011 - 2010
Exportaciones	988.0	1006.8	744.6	1194.8	1703.2	14.6	68.3
Importaciones	269.4	391.9	293.9	379.8	533.1	18.6	52.1
Balanza Comercial	718.6	614.9	450.6	815.0	1170.1	-	-
Intercambio Comercial	1257.3	1398.7	1038.5	1574.7	2236.3	15.5	63.7

Fuente: Superintendencia Nacional de Aduanas del Perú – SUNAT

Las exportaciones tradicionales representan el 71.2% del total exportado. Dicho sector alcanzó los US\$ 1212 millones en 2011, lo que significó una variación de 50.9%. La mayor parte de las exportaciones peruanas a España se concentra en el sector minero (48.6% del total). El cobre (US\$ 390.2 millones) y en zinc (US\$ 153.5 millones) representan el 66.2% y 26.0% respectivamente.

Las exportaciones de petróleo y gas natural son la segunda actividad en importancia, hecho que se deriva de los recientes envíos de gas natural (US\$ 485.4 millones). Cabe señalar que las ventas externas de gas solo se realizan por una sola empresa.

Por otro lado, las exportaciones no tradicionales representan el 29% del total exportado (US\$ 490.8 millones) y la variación con respecto al año 2010 fue de 25.5%. El 59% de la oferta no tradicional provino del sector agropecuario, mientras que la oferta pesquera representó el 28%.

**Cuadro 7: Exportaciones por sectores económicos**  
Valores en millones de US\$

Sector	2010	2011	Var %
<b>Total Tradicional</b>	<b>803.6</b>	<b>1212.4</b>	<b>50.9</b>
<b>Mineros</b>	612.4	589.4	-3.8
Cobre	388.6	390.2	0.4
Hierro	0.0	0.0	-
Plata	0.0	0.0	-
Plomo	0.0	0.1	-
Zinc	185.1	153.5	-17.1
Oro	0.0	0.0	-
Estaño	38.7	45.5	17.5
Resto	0.0	0.0	-
<b>Pesquero</b>	<b>30.9</b>	<b>34.0</b>	<b>10.0</b>
Harina de pescado	28.9	26.0	-10.0
Aceite de pescado	2.0	8.0	293.1
<b>Petróleo y Gas Natural</b>	<b>152.8</b>	<b>577.7</b>	<b>278.2</b>
Petróleo en crudo	0.0	0.0	-
Petróleo derivados	65.4	92.4	41.2
Gas Natural	87.4	485.4	455.6
<b>Agrícolas</b>	<b>7.6</b>	<b>11.2</b>	<b>48.1</b>
Algodón	0.0	0.0	-
Azúcar	0.0	0.0	-
Café	7.6	11.2	48.3
Agro resto	0.0	0.1	66.7
<b>Total No Tradicional</b>	<b>391.2</b>	<b>490.8</b>	<b>25.5</b>
Agropecuario	228.7	291.7	27.5
Textil	14.2	12.5	-11.5
Pesquero	111.8	138.8	24.1

Químico	21.2	24.9	17.1
Metal-mecánico	1.1	1.6	41.1
Sídero-metalúrgico	4.4	4.3	-2.0
Minería no metálica	1.7	2.3	37.1
Artesanías	0.0	3.8	37600.0
Maderas y papeles	0.8	2.1	153.7
Pieles y cueros	4.9	6.4	29.4
Varios (incluido joyería)	2.3	2.4	7.0
<b>Total</b>	<b>1194.8</b>	<b>1703.2</b>	<b>42.5</b>

Fuente: Superintendencia Nacional de Aduanas del Perú – SUNAT  
Elaboración. PROMPERU

En el rubro no tradicional, los principales productos exportados a España pertenecen al sector pesquero y agropecuario. En exportación destacan la papa, pimienta piquillo, espárragos preparados sin congelar, palta, pimienta paprika seco, alcachofas y espárragos frescos.

**Cuadro 8: Principales Productos de Exportación No Tradicional a España**  
Valores en miles de US\$

Nro.	Partida	Descripción	2010	2011	Var %	Arancel %
1	307490000	Pota Congelada	61496	79237	28.8	0.0
2	2005992000	Pimiento Piquillo	41974	55936	33.3	0.0
3	2005600000	Espárragos preparados o conservados, sin congelar	34983	42045	20.2	0.0
4	804400000	Aguacates frescas o secas	27808	37828	36.0	0.0
5	904201010	Pimiento paprika seco entera	24825	37203	49.9	0.0
6	2005991000	Alcachofas	19340	29338	51.7	0.0
7	709200000	Espárragos, frescos o refrigerados	20253	21530	6.3	0.0
8	3205000000	Lacas colorantes	11411	9891	-13.3	0.0
9	306131100	Langostino congelado entero	8566	9845	14.9	3.6%
10	904201020	Pimiento paprika seco en trozos o rodajas	5076	8509	67.6	0.0
11	1604160000	Conservas de anchoas entero o en trozos, excepto picado	4948	8012	61.9	0.0
12	806100000	Uvas frescas	7500	8005	6.7	0.0
13	305309000	Filetes de anchoas saladas envasadas	546	7528	1278.7	0.0
14	3203002100	Carmín de cochinilla	2283	7000	206.6	0.0
15	804502000	Mangos frescos o secos	4513	6239	38.2	0.0
		Otros	115694	122670	6.0	
		Total	391215	490815	25.5	

Fuente: Superintendencia Nacional de Aduanas del Perú – SUNAT  
Elaboración. PROMPERU

En el cuadro N° 9 se observa que las empresas “grandes” fueron las que tuvieron un mayor crecimiento en el año 2011 llegando a 52.7%. En cambio, las “pequeñas” empresas mostraron una disminución de 5.3% en similar año. Por su parte las empresas llamadas medianas también mostraron un crecimiento significativo de 25% en el año 2011.

Cuadro 9: Número y Tamaño de Empresas Exportadoras

Tamaño de Empresa	N° Empresas 2009	N° Empresas 2010	N° Empresas 2011	Exp. Mill. de US\$ 2009	Exp. Mill. de US\$ 2010	Exp. Mill. de US\$ 2011	Var % 2011/10
Grande	13	18	16	464.78	858.69	1311.18	52.69
Mediana	73	83	105	194.88	238.22	297.75	24.99
Pequeña	212	241	238	73.49	86.55	82.00	-5.26
Micro	439	438	478	11.42	11.38	12.28	7.90

Fuente: Superintendencia Nacional de Aduanas del Perú – SUNAT  
Elaboración: PROMPERU

#### 4. Acceso al Mercado

##### 4.1 Medidas Arancelarias y No Arancelarias

- **Medidas Arancelarias**

España se rige a las reglas de la Unión Europea. El comercio dentro del territorio de la UE está exento de las tarifas arancelarias. Sin embargo, cuando se ingresan mercaderías hacia España, los exportadores deben llenar una "Declaración Intrastat"<sup>5</sup>.

Si el país exportador no es miembro de la UE, las tarifas arancelarias se calculan en base Ad valorem sobre el valor CIF de las mercaderías, según las Tarifas Arancelarias Generales.

Los impuestos para países no europeos son relativamente bajos, especialmente en productos manufacturados (4.2% en promedio para la tasa general). Sin embargo, productos textiles y de confección tienen altas tarifas y sistema de cuotas. Los alimentos procesados tienen tarifas promedios de 17.3%. Estas medidas se efectúan como mecanismo de protección a sus productos. El código TARIC y su base de datos incluye todos los aranceles aplicables y todas las medidas y/o políticas aduaneras para todos los artículos.

A pesar que la política de comercio exterior es bastante liberal en la Unión Europea, España aplica una serie de restricciones, especialmente en productos agropecuarios. La Política Agrícola Común (CAP) establece lo siguiente:

*La aplicación de compensaciones en productos agropecuarios de exportación e importación, con el objetivo de favorecer el desarrollo de la agricultura dentro de la UE. Esto significa la aplicación de sistemas de controles y regulaciones para productos que deseen ingresar al territorio de la UE.*

En el cuadro N° 10 se muestra los diez principales productos peruanos, no tradicionales, exportados a España, la participación porcentual de los principales competidores y el arancel aplicado.

<sup>5</sup> Mayor información sobre la declaración Intrastat:  
[http://www.taric.com/soporte/intrast/st\\_intrast\\_faq.asp](http://www.taric.com/soporte/intrast/st_intrast_faq.asp)



**Cuadro 10: Arancel y participación de las exportaciones (2011)  
No tradicionales a España**

Nro.	Partida	Descripción	Arancel Mundo (%)	Arancel Perú (%)	Posición de Perú como proveedor	Principales competidores (%)
1	307490000	Pota Congelada	6.0	0.0	6°	India (24.0%), Marruecos (20.2%), Islas Malvinas (17.2%)
2	2005992000	Pimiento Piquillo	16.0	0.0	1°	Perú (68.2%), China (9.2%), Francia (5.6%)
3	2005600000	Espárragos preparados o conservados, sin congelar	17.6	0.0	2°	China (56.3%), Perú (36.9%), Alemania (3.4%)
4	804400000	Aguacates frescas o secas	5.1	0.0	1°	Perú (70.1%), Chile (10.9%), Francia (4.4%)
5	904201010	Pimiento paprika seco entera	9.6	0.0	1°	Perú (51.2%), China (42.6%), Alemania (0.9%)
6	2005991000	Alcachofas	6.4	0.0	1°	Perú (68.1%), China (9.2%), Francia (5.6%)
7	709200000	Espárragos, frescos o refrigerados	10.2	0.0	1°	Perú (89.8%), Marruecos (4.0%), México (0.4%)
8	3205000000	Lacas colorantes	6.5	0.0	1°	Perú (28.4%), Reino Unido (24.6%), Italia (16.1%)
9	306131100	Langostino congelado entero	12.0	3.6	18°	Argentina (28.5%), Ecuador (15.9%), China (9.6%)
10	904201020	Pimiento paprika seco en trozos o rodajas	9.6	0.0	32°	Perú (51.2%), China (42.6%), Alemania (0.9%)

Fuente: Superintendencia Nacional de Aduanas del Perú – SUNAT, WTA, TRADEMAP  
Elaboración: PROMPERU

**Cuadro 11: Arancel y participación de las exportaciones  
No tradicionales (2011) del sector confecciones a España**

Partida	Descripción	Mundo (%)	Perú (%)	Posición de Perú como proveedor	Principales competidores (%)
6111200000	Prendas y complementos de vestir de punto de algodón para bebés	8.90	0.00	15°	Portugal (35.9%), Francia (26.7%), Bangladesh (6.8%)
6105100051	Camisas de punto de algodón con cuello para hombre de tejido teñido de un solo color	12.00	0.00	24°	Portugal (18.4%), Bangladesh (16.5%), Turquía (14.9%)
6110111090	Los demás suéteres de lana o pelo fino	12.00	0.00	19°	Bangladesh (17.6%), China (13.4%), Italia (10.9%)
6109100039	Los demás T-shirts de algodón de punto	12.00	0.00	15°	China (29%), Bangladesh (26.4%), Marruecos (8.4%)
6110301000	Suéteres, cardiganes, chalecos y artículos similares de fibras acrílicas	12.00	0.00	24°	Portugal (18.4%), Bangladesh (16.5%), Turquía (14.9%)
6110309000	Suéteres, cardiganes, chalecos y artículos similares de fibras artificiales	12.00	0.00	32°	China (27%), Francia (8.9%), Bangladesh (7.1%)
6203429010	Pantalones largos de algodón para hombre	12.00	0.00	28°	China (31.1%), Bangladesh (11.4%), Italia (7.9%)
6105100052	Camisas de punto de algodón con cuello para hombre de tejido con hilados de distintos colores	10.50	0.00	22°	Italia (28.9%), China (28.7%), Portugal (10.3%)

6111300000	Prendas y complementos de vestir de punto para bebés de fibras sintéticas	12.00	0.00	36°	Bangladesh (30.6%), Portugal (18.7%), Turquía (14%)
6204420000	Vestidos para mujeres de algodón	12.00	0.00	19°	Bangladesh (17.6%), China (13.4%), Italia (10.9%)

Fuente: Superintendencia Nacional de Aduanas del Perú – SUNAT, WTA, TRADEMAP  
Elaboración: PROMPERU

- **Medidas No Arancelarias**

En lo concerniente a productos genéticamente modificados, los controles sanitarios para su ingreso al mercado europeo son muy rigurosos. Si se permite el ingreso de este tipo de productos, debe estar especificado en el envase. Por otro lado, está prohibida la importación de carne de ganado vacuno con hormonas.

Enfermedades como encefalopatía bovina espongiiforme, llamado comúnmente “vaca loca” restringe la importación de carne y productos cárnicos a través de extremadas medidas fitosanitarias extremas a fin de asegurar la calidad de la carne que entra y circula en territorio de la UE.

#### 4.2 Otros Impuestos Aplicados al Comercio

El sistema fiscal español tiene la siguiente estructura general:

##### Impuestos Directos:

- Sobre la renta:
  - o Impuesto sobre Sociedades (IS)
  - o Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas (IRPF)
  - o Impuesto sobre la Renta de No Residentes (IRNR)
- Sobre bienes patrimoniales (afectan solamente a personas físicas):
  - o Impuesto sobre el patrimonio (IP)
  - o Impuesto sobre Sucesiones y Donaciones (ISD)

##### Impuestos Indirectos:

- Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA)
- Impuesto sobre Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados (ITP AJD)
- Impuestos Especiales
- Derechos arancelarios a la importación
- Impuestos sobre las Primas de Seguros

En el siguiente enlace se describen y especifican los diferentes tipos de impuestos, así como su aplicabilidad.

[http://www.investinspain.org/icex/cda/controller/interes/0,5464,5296169\\_6217439\\_6260512\\_0,00.html](http://www.investinspain.org/icex/cda/controller/interes/0,5464,5296169_6217439_6260512_0,00.html)

#### 4.3 Distribución y Transporte de Mercaderías

- **Distribución de Mercancías**

La estructura de la comercialización y distribución alimentaria en España es muy parecida a la de cualquier país desarrollado y similar a la de muchos países de la Unión Europea. Desde la integración de España en la Unión Europea se ha modernizado todo el sistema de comercialización y se han desarrollado intensamente los esquemas de la distribución moderna.

La entrada y fuerte apuesta de las cadenas de distribución de capital extranjero con grandes inversiones crecientes en los últimos años, ha promovido y facilitado ese proceso de modernización. Los mayoristas tradicionales han sufrido una fuerte reducción en el número y en las cifras de facturación por la fuerte competencia y el auge de las plataformas de la Gran Distribución y la reconversión y concentración de las cadenas de compra.

También, los comercios tradicionales minoristas han ido perdiendo cuota de mercado y cada año se reduce su número, aunque todavía tienen una numerosa representación sobre todo en productos frescos. La fuerte competencia de la distribución organizada, con una gestión profesionalizada impecable ha obligado a este segmento a especializarse o desaparecer a corto o medio plazo. Incluso en las ciudades, las tiendas de barrio están siendo amenazadas por los pequeños supermercados de población, que son los que más están creciendo.

De momento se ha estancado el crecimiento de hipermercados, ya que el mercado español parece saturado, aunque siempre habrá sitio en algunas nuevas aglomeraciones urbanas. La crisis económica ha supuesto un paró en el consumo y en las ventas en general y todos los operadores se están esforzando de sobremanera en reducir los precios de los productos. Esto ha traído un fuerte crecimiento de las marcas de distribución y una reducción de las referencias de productos y de los proveedores. También han crecido las ventas en los establecimientos de descuento.

El sector de la restauración fuera del hogar (segmento HORECA o FOODSERVICE en su acepción anglosajona), que tradicionalmente ha sido muy fuerte en España ha sufrido un fuerte recorte en la facturación en estos dos últimos años.

Todo apunta a que poco a poco el consumo se recuperará, aunque todavía se va a tardar en recuperar las cuotas de hace dos años. Estos aspectos generales de la comercialización y distribución alimentaria en el mercado español, tienen especiales connotaciones de acuerdo al producto que se analice.

Cerca del 90% de las ventas provienen de cuatro grandes hipermercados: Carrefour, Alcampo, Eroski e Hipercor (subsidiaria del Grupo El Corte Inglés), demostrando así la dimensión de concentración del sector. Las principales zonas económicas de España son Madrid, Barcelona, Bilbao, Valencia, Sevilla, puerto de Vigo y sus zonas francas.

- **Transporte de Mercancías**

El desarrollo logístico de España ha contribuido al avance económico e industrial del país, asentándose sobre todo en dos pilares: la “Intermodalidad” y la fusión y acuerdos entre los operadores y agentes que trabajan en el sector.

En la logística española se dan algunas características. Por un lado, hay una gran concentración del mercado en pocos agentes, mientras que por otro existe una desnacionalización en el servicio; la presencia de importantes operadores extranjeros favorece a la asociación de las firmas nacionales y extranjeras.

Por último, el sector de la logística en España ha crecido rápidamente propiciando la cooperación y fusión, así como de acuerdos y sociedades.

En concreto, se aprecian varias condiciones que hacen que el país se haya convertido en centro imprescindible para distintos operadores. En primer lugar, se trata de un enclave estratégico entre Europa y el resto del mundo.

A continuación se describen los principales centros de distribución que existen en España.

- **Centro de Carga Aérea de Madrid-Barajas**

Es un gran centro logístico intermodal desarrollado en dos fases: una primera de 32,25 hectáreas de superficie y la segunda de 8.8 hectáreas, con una capacidad de crecimiento futuro de hasta 300 hectáreas.

El centro de Madrid fue diseñado con un marcado objetivo de optimización de tiempos, de sinergias y de mejoras de la eficiencia. El centro se estructura en torno a una primera línea con acceso al lado aire, para operadores de handling de carga, y una segunda línea destinada a los demás operadores y agentes integrantes de la cadena logística de transporte.

El centro de carga aéreo de Madrid es uno de los que más tráfico recibe por vía aérea.

Está dotado con las últimas tecnologías y sistemas al servicio del despacho y el almacenamiento de mercancías. Las principales ventajas que aporta este centro son:

- Está situado en una zona con gran potencial de mercado para el comercio aéreo, sobre todo entre España y América, también con Oriente Medio, Asia, Europa y África.
- Garantiza la transferencia intermodal entre el transporte aéreo y el terrestre.
- Es un punto de conexión con los principales centros logísticos y los principales polos económicos del territorio peninsular y regional a través de una eficiente red de carreteras y de ferrocarril.
- Dispone de instalaciones PIF (Puesto de Inspección Fronterizo) para todas las tipologías de productos.
- Ofrece servicios de Aduanas los siete días de la semana, durante 24 horas al día.
- Dispone de oficinas y aparcamientos, así como de servicios de restauración, bancarios, centros de negocio y otros.

- **Centro de Carga Aérea de Barcelona:**

Ubicado en una gran plataforma logística multimodal, dentro de uno de los mayores *Hinterlands* industriales y de consumo europeos, se encuentra este centro con instalaciones para el intercambio modal con el transporte terrestre y conexiones con el marítimo.

Se trata de una superficie de casi 40 hectáreas, emplazadas en primera línea operativa para las empresas dedicadas al *handling* de mercancías y una segunda línea para los operadores logísticos. Entre las principales ventajas de este centro, se encuentran:

- Es la puerta para el comercio del Mediterráneo, Europa del Este, Oriente Medio y Asia, y se encuentra integrado en una plataforma logística única en toda Europa: en un área de siete kilómetros de radio existen 2.000 hectáreas dedicadas a esta actividad.
- Esta operativo y con servicio todos los días de la semana y a todas las horas del día.
- Dispone de un puesto de inspección fronteriza para todos los productos que se comercializan.
- Cuenta con inmejorables comunicaciones por carretera.
- En él se ubica un centro de servicios generales equipado con todo lo necesario para el desarrollo de los negocios.

- **Centro de Carga Aérea de Valencia:**

Con una superficie de seis hectáreas aproximadamente, forma parte del conjunto de actuaciones para el desarrollo del aeropuerto de Valencia. El centro conforma una plataforma logística intermodal concebida para dar respuesta al fuerte crecimiento económico e industrial de la zona.

Su diseño responde a la demanda de los más importantes operadores logísticos, tiene múltiples posibilidades de conexión y se halla en una situación geográfica estratégica en el centro del arco Mediterráneo occidental y próximo al puerto de Valencia, con el que permite la conexión por vía marítima. Sus principales ventajas son:

- Cuenta con naves y equipamientos al servicio de las necesidades específicas de cada compañía y dotadas con los últimos avances tecnológicos.
- Integra al modo aéreo con otros modos de transporte.
- Facilita la reducción de los plazos de entrega y de los costes de la cadena logística

El sistema portuario español tiene 26 puertos de interés general. Los principales puertos son Algeciras en el sur de la Bahía de Gibraltar, Barcelona, Cartagena, Bilbao y Valencia. La principal zona de los puertos comerciales españoles es accesible en Portel.<sup>6</sup>

## 5. Oportunidades Comerciales

### 5.1 Preferencias Obtenidas en Acuerdos Comerciales

En la actualidad existe un Sistema Generalizado de Preferencias (SGP PLUS) que es unilateral y que vence en diciembre de 2011. Por ello la entrada en vigencia del TLC entre Perú y la Unión Europea debería entrar en vigencia en 2012. Con el TLC Perú-UE se incluirán productos que no estaban comprendidos en el SGP PLUS; asimismo, este tratado dará certidumbre jurídica a los exportadores y futuros inversionistas.

El Tratado incluye todo el universo arancelario. En algunos productos de alta sensibilidad se han negociado aperturas parciales que puedan ser profundizadas en el tiempo.

Asimismo, con el Tratado no sólo se negocian aranceles, sino también temas tales como propiedad intelectual, servicios y establecimiento, compras gubernamentales, entre otros.

---

<sup>6</sup> FITA (The Federation of International Trade Associations)

Para los productos agrícolas, la UE ofrece desgravación inmediata de sus aranceles al 99.3% de las exportaciones del Perú, las mismas que representan el 95% de líneas arancelarias. Adicionalmente la UE otorga acceso libre de arancel, mediante contingentes arancelarios, a productos como el azúcar, carne de pollo, arroz, maíz, carne bovina, ajos, entre otros. En el caso del banano el arancel se reducirá progresivamente durante 10 años y llegará a 75€/t para un contingente que se eliminará al final de dicho período. Los productos de interés para el Perú como los espárragos, paltas, café, frutos del género capsicum, alcachofas, entre otros, ingresarán al mercado europeo libres de aranceles a la entrada en vigencia del Acuerdo.

En el caso de productos no agrícolas, la UE ofrece desgravación inmediata de sus aranceles al 100% para las exportaciones de Perú.

## 5.2 Productos con Potencial Exportador

Se identificaron los productos potenciales exportables a este mercado a través de la metodología de la CEPAL (Comisión Económica para América Latina). Esta metodología requiere el cálculo de la tasa de crecimiento y la participación promedio estandarizadas de las importaciones de España (del periodo comprendido entre 2007 y 2011). Con ambas variables se forman cuadrantes que se cruzan en el origen (0,0) y de esta forma se logra clasificar a los sectores y productos. Si ambas variables, tanto la tasa de crecimiento como la participación, son positivas el producto se clasifica como producto estrella; si el crecimiento es positivo y la participación negativa, el producto se clasifica como prometedor. Por otro lado, si el crecimiento es negativo y la participación es positiva el producto se clasifica como consolidado, y en el caso en que ambos valores son negativos el producto se considera como estancado.

A continuación se incluye los productos potenciales del sector confecciones.

**Cuadro Nº 12: Productos Potenciales en España: Sector Confecciones**

Partida	Descripción	Clasificación
610910	T-shirts de algodón	Estancado
620462	Pantalones de algodón para damas	Estancado
620342	Pantalones de algodón para caballeros	Estancado
611020	Suéter de algodón	Estancado
611030	Suéter de fibras sintéticas	Estrella
620520	Camisas de algodón	Estancado
620630	Blusas de algodón	Estrella
610990	T-shirts de fibras sintéticas	Consolidado
611120	Prendas para bebe de algodón	Estancado
620442	Vestidos de algodón	Estrella

610510	Polo shirt de algodón	Estancado
621210	Sostenes (Corpiño)	Estancado

Fuente: Superintendencia Nacional de Aduanas del Perú – SUNAT  
Elaboración: PROMPERU

### Cuadro Nº 13: Productos Potenciales en España: Sector Agro

Partida	Descripción	Clasificación
070920	Espárragos frescos o refrigerados	Prometedor
080610	Uvas frescas	Estrella
200560	Espárragos preparados o conservados (excepto en vinagre o en ácido)	Estrella
080450	Guayabas, mangos y mangostanes, frescos o secos.	Prometedor
080440	Paltas (aguacates)	Prometedor
040291	Las demás leches sin azucarar ni edulcorar	Estancado
230990	Las demás preparaciones del tipo utilizadas para la alimentación animal	Estrella
090420	Pimientos secos, triturados o pulverizados (pimentón)	Prometedor
080300	Bananas o plátanos, frescos o secos.	Estrella
200190	Las demás legumbres y hortalizas preparadas o conservadas en vinagre	Prometedor
070310	Cebollas y chalotes, frescos o refrigerados	Prometedor
080520	Mandarinas, clementinas, wilkings e híbridos similares, frescos o secos.	Prometedor
180100	Cacao en grano, entero o partido crudo o tostado.	Estrella
190219	Las demás pastas alimenticias sin cocer, rellenar ni preparar	Prometedor
200570	Aceitunas preparadas o conservadas sin vinagre ni ácido acético	Prometedor

Fuente: Superintendencia Nacional de Aduanas del Perú – SUNAT  
Elaboración: PROMPERU

### Cuadro Nº 14: Productos Potenciales en España: Sector Pesca

Partida	Descripción	Clasificación
160590	Los demás crustáceos preparados o conservados	Estrella
160416	Anchoas en conserva, entero o en trozos	Prometedor
160420	Las demás preparaciones y conservas de pescados	Estrella
160414	Atunes, listados y bonitos en conserva, enteros o en trozos	Estrella
160413	Sardinias, sardinelas y espadines en conserva, entero o en trozos.	Prometedor
160415	Caballa en conserva, entero o en trozos	Estancado
160419	Preparaciones y conservas de los demás pescados enteros o en trozos.	Prometedor



160510	Cangrejos de mar preparados o conservados.	Estancado
160430	Caviar y sus sucedáneos	Prometedor
160520	Camarones, langostinos, quisquillas y gambas preparados o conservados.	Prometedor
160540	Los demás crustáceos preparados o conservados.	Prometedor
150410	Aceites de hígado de pescado y sus fracciones, incluso refinados	Estancado
230110	Harina, polvo y pellets, de carne o despojos	Prometedor
160411	Salmón en conserva, entero o en trozos	Prometedor

Fuente: Superintendencia Nacional de Aduanas del Perú – SUNAT  
Elaboración: PROMPERU

## 6. Tendencias del Consumidor

En el cuadro 13 se muestra el consumo per cápita de los principales alimentos en los hogares únicamente. Las frutas secas, leche, hortalizas frescas y carnes son los alimentos y bebidas que componen la canasta básica de consumo de las familias españolas. Pero son las frutas secas y hortalizas frescas las que ostentan un gran arraigo en el consumo, pues en el año de crisis (2009), el consumo siguió creciendo. De otro lado, los productos con una alta sensibilidad a la disminución del poder adquisitivo son el pan, la carne y la leche.

Cabe señalar el gran aumento del consumo de vino dentro del hogar, en 2009, ello se debe a que las familias disminuyeron las comidas en restaurantes (y con ello de esta bebida) para aumentarlo dentro de los hogares.

**Cuadro N° 15: Consumo Per Cápita en los Hogares de Algunos Alimentos y Bebidas en España, en Kg. o Ltrs per cápita**

Productos	2006	2007	2008	2009	2010	Var. % 2010/09	Var. Prom. (%)
Carnes	50.6	50.6	50.6	49.8	52.9	6.2	1.1
Productos de la pesca	28.2	28.2	27.8	27.6	27.3	-1.1	-0.8
Leche	82.5	82.1	78.2	77.3	77.5	0.3	-1.6
Productos lácteos	32.8	33.5	34.4	35	37.4	6.9	3.3
Pan	43.4	43.1	41.2	37.4	36.3	-2.9	-4.4
Bollería y pastelería	12.1	12.2	12.7	12.7	13.1	3.1	2.0
Aceite de oliva	9.2	9.4	9.5	9.8	9.7	-1.0	1.3
Frutas frescas	92.7	94.4	94.6	95.7	102.2	6.8	2.5
Hortalizas frescas	55.6	56.2	56.9	58.9	60.5	2.7	2.1
Frutas y hortalizas transformadas	13.2	13.1	13	13.1	13.7	4.6	0.9
Platos preparados	10.1	10.4	10.7	10.7	11.8	10.3	4.0
Vinos	10.7	10.4	8.2	9.5	9.6	1.1	-2.7
Cerveza	15.8	15.7	15.9	16.5	16.6	0.6	1.2

Fuente: Ministerio de Industria, Turismo y Comercio – España: La Distribución Comercial en España.  
Elaboración: PROMPERU

- **Cambio poblacional y Efecto en el Consumo**

El cambio en los patrones de consumo en los últimos años se explica por el crecimiento poblacional en España, el cambio en la composición por edades, el aumento de población extranjera y el incremento del número de hogares unipersonales. La población en España ha pasado de 40.2 millones de habitantes en 1999 a 46.8 millones en 2011. El ingreso de extranjeros sustenta una buena parte de ese aumento y propicia la aparición de nuevos patrones de consumo, especialmente en el segmento de población adulto (el 83% pertenece al segmento de 16 a 65 años).

Aunado a ello, se acelera el envejecimiento de la población, propia de las sociedades desarrolladas. Cabe indicar que en el año 1999, el 23% de la población tenía menos de 20 años, mientras que en 2009 este porcentaje se ha reducido al 19%. Esto conlleva a transformaciones en el consumo. Estos cambios se traducirán en un menor consumo en alimentación trasladándose hacia productos de mayor valor añadido, pero también van a impulsar el desarrollo de nuevos mercados, como son los servicios personales, turismo y ocio, asistencia domiciliaria, transporte individual (taxis y conductores), servicios de entrega domiciliaria, etcétera.

La estrategia de las empresas deberá enfocarse en el mercado de las personas de edad. Para las empresas de distribución, este nuevo segmento demandará servicios adicionales como es el transporte a los puntos de venta, servicios en punto de venta (información, ayuda en caja, entrega de mercancías en parking, etcétera), circuitos simplificados en tienda, legibilidad de etiquetas, entrega domiciliaria de compras pesadas o voluminosas, etc.

## 7. Cultura de Negocios

En un contexto globalizado, la comunicación intercultural se ha convertido en una herramienta básica para los negocios que se realizan entre personas de diferentes grupos culturales. Esta permite comunicarse de forma óptima al tener en cuenta las necesidades básicas para tener éxito: entender el comportamiento y la forma de pensar de los demás.

Tener conocimiento sobre la cultura de un país, antes de hacer negocios, es una muestra de respeto y consideración y suele ser profundamente apreciada. Aquellos que comprenden la cultura tienen más oportunidad de desarrollar relaciones de negocios exitosas y de largo plazo.

En España, como también en otros países del sur de Europa y de América Latina, buena comida y una cultura del buen comer pertenecen inseparablemente al estilo de vida. Invitaciones a comer son frecuentes en la vida comercial y es aconsejable aceptarlas.

En Europa del Sur el buen aspecto es por lo menos tan importante como el modo de presentarse. Buena vestimenta es ineludible. Sólo quien se viste bien ha cumplido con las reglas que el decoro impone. Esto rige también para el tiempo libre.

En Europa del Sur el pensar en jerarquías es más acentuado que en Alemania. Decisiones se toman en forma más centralizada. Los negocios se realizan entre personas del mismo rango. La otra parte negociadora deberá enfrentarse en tratativas sólo con una persona de rango adecuado.

## 8. Contactos de Interés

- Ministerio de Industria, Turismo y Comercio <http://www.mityc.es>
- Secretaría de Estado, de Turismo y Comercio <http://www.comercio.es>
- Instituto Nacional de Estadística <http://www.ine.es>
- Instituto Español de Comercio Exterior <http://www.icex.es>
- Port de Barcelona <http://www.apb.es>

- Asociación Española de Distribuidores, Autoservicios y Supermercados. <http://www.asedas.es/index.htm>
- Asociación Nacional de Grandes Empresas de Distribución - ANGED. <http://www.anged.es/>
- Cámara de Madrid. <http://www.camaramadrid.es/>
- Spain Business - Web Oficial del Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX), Secretaría de Estado de Turismo y Comercio. <http://www.spainbusiness.com>

## 9. Eventos Comerciales

Los usos, gustos y preferencias pueden ser medidos y ponderados para estimar una tendencia en un determinado mercado. Las ciudades que concentran los eventos comerciales de mayor importancia son Madrid y Barcelona:

Es importante destacar que, las grandes empresas gastan alrededor del 10% de su presupuesto en ferias comercial. Además, dicha asignación de recursos se eleva a 40% en aquellas empresas que operan en la esfera B2B. A continuación se presenta el cronograma de los próximos eventos a desarrollarse en 2011.

### Calendario de Eventos 2011

#### Alimentaria 2011

Fechas: 15.03.2011 - 17.03.2011

Localización: Valladolid, España.

Hoteles para ferias y congresos en: Valladolid, España.

Sector: Alimentación – Gastronomía

#### Expo Agro Almería 2011: Feria hortofrutícola internacional

Fechas: 06.04.2011 - 08.04.2011

Localización: Almería, Roquetas de Mar, España.

Hoteles para ferias y congresos en: Almería, Roquetas de Mar, España.

Sector: Agricultura - Forestales

Recinto: Palacio de Exposiciones y Congresos Roquetas de Mar

Página web: [www.expoagroalmeria.com](http://www.expoagroalmeria.com)

#### Feria de las Américas 2011 Madrid

Fechas: 28.04.2011 - 01.05.2011

Localización: Madrid, España.

Hoteles para ferias y congresos en: Madrid, España.

Sector: Ferias Generales

Recinto: Casa de Campo de Madrid

Página web: [www.feriadelasamericas.es/](http://www.feriadelasamericas.es/)

Actuarán representantes artísticos del folklore latinoamericano, con artistas de Bolivia, Colombia, Ecuador, Perú y República Dominicana

#### Interiorhome 2011 salón mobiliario interiorismo de Madrid

Fechas: 03.05.2011 - 07.05.2011

Localización: Madrid, España.

Hoteles para ferias y congresos en: Madrid, España.

Sector: Muebles Mobiliario

Tags: Lámparas, Decoración, Hogar.

Recinto: IFEMA

Se estima que más de 100.000 compradores y visitantes profesionales de diferentes países acudirán.

**Feria Expovacaciones 2011 Expoconsumo 2011 BEC Bilbao**

Fechas: 05.05.2011 - 08.05.2011

Localización: Bilbao, España.

Hoteles para ferias y congresos en: Bilbao, España.

Sector: Turismo

Tags: Electrodomésticos, Fabricación, Ropa, Alimentos, Hogar, Familiares, Jardinería.

Recinto: Bilbao Exhibition Centre (BEC)

Página web: [www.expovacaciones.eu](http://www.expovacaciones.eu)

**Futuretextiles Córdoba 2011**

Fechas: 02.05.2011 - 02.06.2011

Localización: Córdoba, España.

Hoteles para ferias y congresos en: Córdoba, España.

Sector: Textil y complementos

**Feria STIB 2011 Barcelona: Salón textil internacional Barcelona**

Fechas: 27.09.2011 - 29.09.2011

Localización: Barcelona, España.

Hoteles para ferias y congresos en: Barcelona, España.

Sector: Textil y complementos

Tags: Vestidos.

Recinto: Palacio de Congresos de Cataluña, Barcelona

Página web: [www.stib.net/](http://www.stib.net/)

**Eurofruit 2011 Lleida: Salón internacional de la fruta 2011**

Fechas: 29.09.2011 - 02.10.2011

Localización: Lleida, España.

Hoteles para ferias y congresos en: Lleida, España.

Sector: Frutas y verduras

Tags: Alimentos.

Recinto: Fira de Lleida

**FruitAttraction2011: Feria de frutas y hortalizas Madrid**

Fechas: 19.10.2011 - 21.10.2011

Localización: Madrid, España.

Hoteles para ferias y congresos en: Madrid, España.

Sector: Frutas y verduras

Tags: Suministros, Productos ecológicos, Alimentos.

Recinto: IFEMA

Página web: [www.ifema.es/web/ferias/fruit/default.html](http://www.ifema.es/web/ferias/fruit/default.html)

**Salón Dieta Mediterránea y Salud 2011 Madrid**

Fechas: 20.10.2011 - 23.10.2011

Localización: Madrid, España.

Hoteles para ferias y congresos en: Madrid, España.

Sector: Alimentación - Gastronomía

Tags: Alimentos.

Recinto: IFEMA

Página web: [www.dietamediterraneaysalud.com](http://www.dietamediterraneaysalud.com)

**Feria Alimentación y Salud Slow Food 2011 Lleida**

Fechas: 26.11.2011 - 27.11.2011

Localización: Lleida, España.

Hoteles para ferias y congresos en: Lleida, España.

Sector: Alimentación - Gastronomía

Tags: Alimentos.

Recinto: Fira de Lleida

Página web: [www.slowfoodterresdelleida.com/](http://www.slowfoodterresdelleida.com/)

**10. Bibliografía**

**ASDAD**

[www.laposte-export-solutions.co.uk](http://www.laposte-export-solutions.co.uk)

**CENTRE OF INTERCULTURAL COMPETENCE**

<http://www.cicb.net/>

**EUROMONITOR**

<http://www.euromonitor.com>

**FONDO MONETARIO INTERNACIONAL**

<http://www.imf.org>

**MINISTERIO DE RELACIONES EXTERIORES DE PERU**

<http://www.rree.gob.pe/portal/mre.nsf>

**PORTAL FERIAS**

<http://www.portalferias.com>

**REVISTA ECONOMI Y NEGOCIOS**

<http://www.economiaynegocios.cl>

**THE FEDERATION OF INTERNATIONAL TRADE ASSOCIATIONS (FITA)**

<http://www.fita.org>

**WORLD BANK**

<http://www.worldbank.org>

**WORLD BOLETÍN ECONOMICO 2010. MINISTERIO DE LA PRODU**

**Boletín Económico 2010. Ministerio de Producción, Turismo y Comercio**

**Previsiones Económicas Para España 2011 – 2012. Funcas – Fundación de Cajas de**

**Ahorro de España**