

En breve estaremos dando inicio



En caso tenga problemas de conexión
hacer clic en el botón de RECONECTAR

**Este webinar está siendo grabado.
La totalidad del contenido del mismo es propiedad
de PROMPERÚ y podrá ser difundido a través
de nuestras redes o plataformas digitales.**

Webinar **Exportador**

Juan José Roca
Consultor Internacional
en Comercio Exterior

Nicolás Ybarra
Rodríguez
Consultor Internacional
en Comercio Exterior

2020

Subdirección de Inteligencia y Prospectiva Comercial

OPORTUNIDADES DE EXPORTACIÓN PARA FRUTAS Y HORTALIZAS FRESCAS PERUANAS EN SUIZA Y AUSTRIA

Índice.

1. Alcance de estudio.
2. Análisis de oferta
3. Análisis del sector.
4. Análisis de la demanda.
5. Requisitos de acceso al mercado.
6. Actividades de promoción
7. Conclusiones y recomendaciones.

Índice.

1. Alcance de estudio.

1.1. PARTIDA

1.2. OBJETIVOS

1. Alcance del estudio: PARTIDA

- Tanto Suiza como Austria han aumentado sus importaciones de fruta y verdura de forma exponencial durante los último años.
 - **Aumento en las importaciones de fruta y verdura 2014-2018:**
 - Suiza de 512 mil TM a 532 mil TM
 - Austria 653 mil TM a 677 mil TM
 - **Se espera una tendencia alcista hasta 2022**

1. Alcance del estudio: PARTIDA

- Perú se consolida en los mercados europeos aumentando sus exportaciones de fruta y verdura en casi todos los países de la zona.
- Esta tendencia no se ve materializada en las exportaciones a Suiza y Austria.
 - Suiza -9,6% en las exportaciones de los últimos 5 años.
 - Austria -19,2% en las exportaciones de los últimos 5 años.

1. Alcance del estudio: PARTIDA

- **Se ha pretendido:**
 - Proporcionar información relevante para elaborar planes estratégicos enfocados en estos mercados, facilitando la toma de decisiones para los exportadores y encargados de la promoción de estos productos.
 - Obtener una base de compradores e información detallada de cada una de las cadenas de distribución y/o canales de comercialización.

1. Alcance del estudio: OBJETIVOS

Objeto general del estudio:

Identificar las oportunidades de exportación de frutas y hortalizas frescas peruanas en Suiza y Austria.

1. Alcance del estudio: OBJETIVOS

Objetivos específicos:

- Conocer los **perfiles de los consumidores** de fruta y verdura fresca en Suiza y Austria, así como las **tendencias de consumo** en ambos países.
- Obtener información sobre los **competidores** en Suiza y Austria y conocer por qué los compradores de estos mercados tienen preferencia por otros proveedores.
- **Contribuir en el desarrollo de mercado** con oportunidad para incrementar la oferta exportable de fruta y verdura fresca.
- Identificar **oportunidades de exportación** del Perú a Suiza y Austria para frutas y **hortalizas frescas**.
- **Identificar compradores** de Suiza y Austria (importadores, distribuidores, procesadores, minoristas: supermercados, otros) para la oferta peruana de frutas y verduras frescas

1. Alcance del estudio: OBJETIVOS

Objetivos específicos:

- Describir la **estructura y características de la cadena de comercialización y distribución** para los productos priorizados de la línea de frutas y hortalizas frescas, así como los actores participantes y su posición en los mercados.
- Conocer los **requisitos (aranceles, regulaciones, certificaciones, entre otros)** que deben cumplir los productos priorizados para poder acceder a los mercados de Suiza y Austria.
- Conocer la **percepción en el mercado** de Suiza y Austria acerca de los productos frescos peruanos.

1. Alcance del estudio: OBJETIVOS

Frutas y verduras definidas:

- Espárragos
- Cebollas
- Jengibre
- Uvas
- Palta
- Mango
- Mandarinas
- Limones
- Arándanos
- Bananas

1. Alcance del estudio: OBJETIVOS

Objetivos específicos:

- Proporcionar la **información necesaria para determinar una estrategia comercial** a fin posicionar los productos frescos peruanos en Suiza y Austria
- **Identificar y una lista de productos con mayor potencial** exportador en Suiza y Austria.
- **Elaborar perfiles y base de datos de potenciales compradores.**

Índice.

2. Análisis de oferta

2.1. PRODUCCIÓN

2.2. COMERCIO EXTERIOR

2.3. COMPETENCIA

2. Análisis de oferta: PRODUCCIÓN

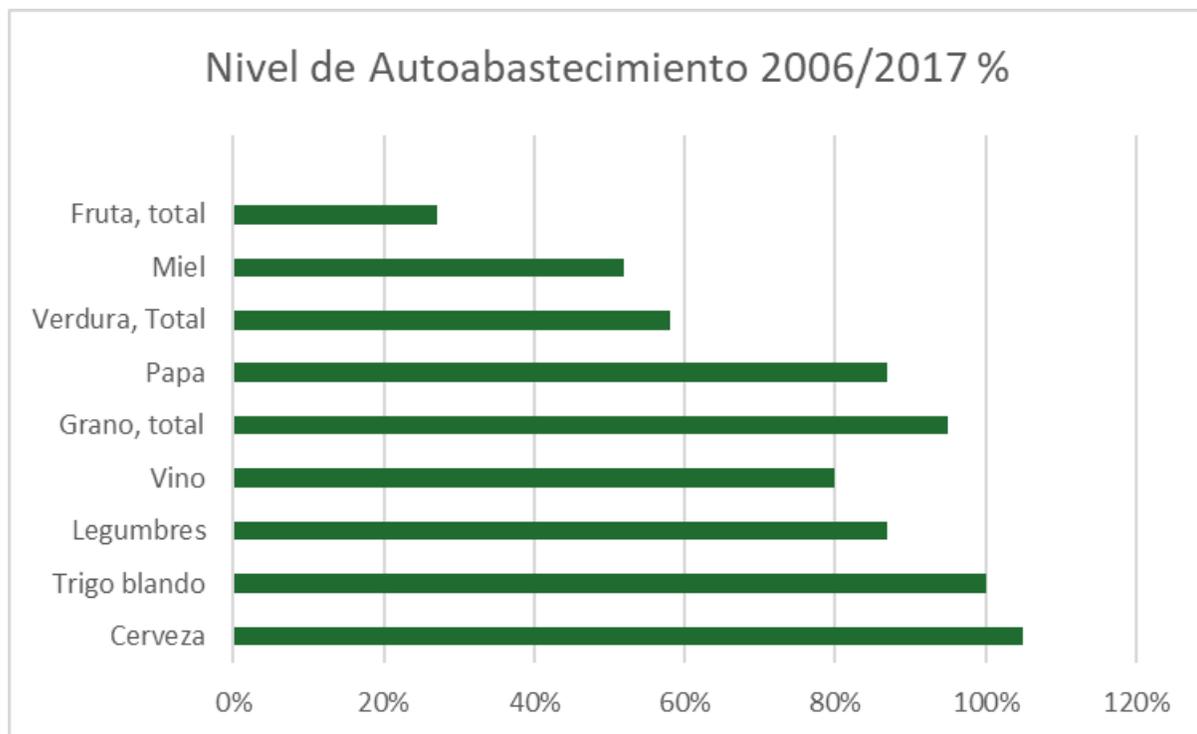
- **Producción insuficiente para satisfacer demanda.**
- **Productos del estudio cultivados a nivel nacional en ambos países:**
 - **Volúmenes relevantes:**
 - Cebolla.
 - **Volúmenes insuficientes:**
 - Espárragos,
 - Arándanos

Oferta < Demanda

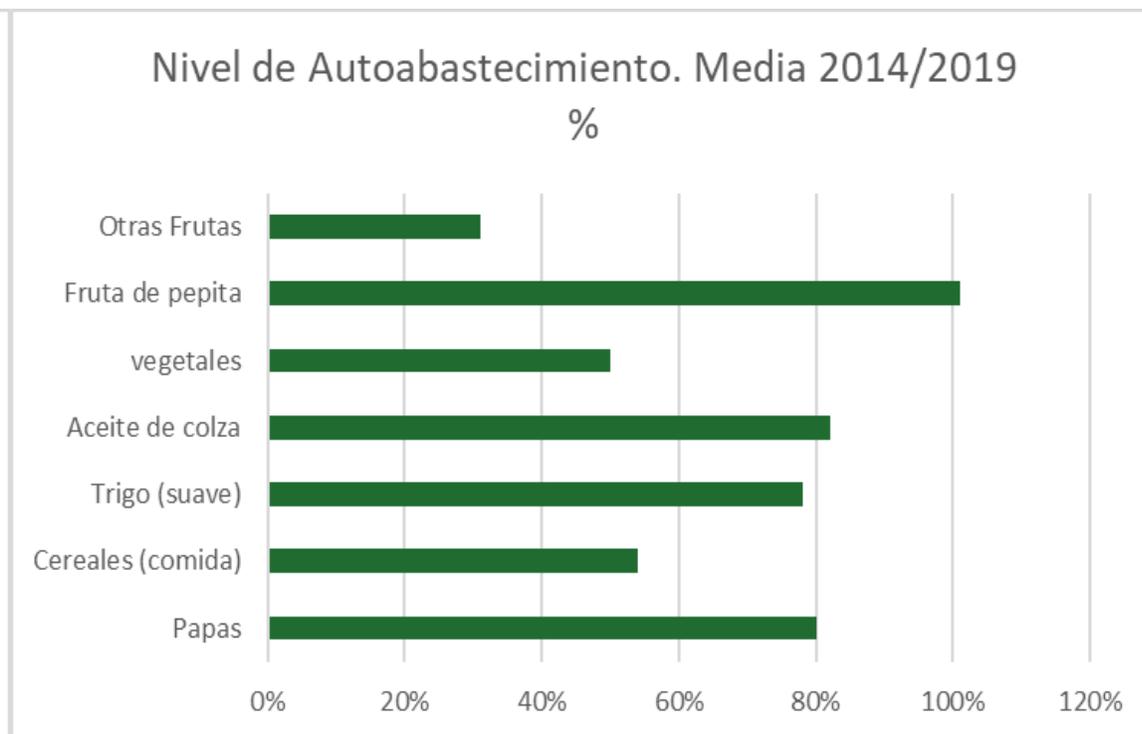
2. Análisis de oferta: PRODUCCIÓN

NIVELES DE AUTOABASTECIMIENTO

AUSTRIA



SUIZA



2. Análisis de oferta: COMERCIO EXTERIOR (EXPORTACIONES)

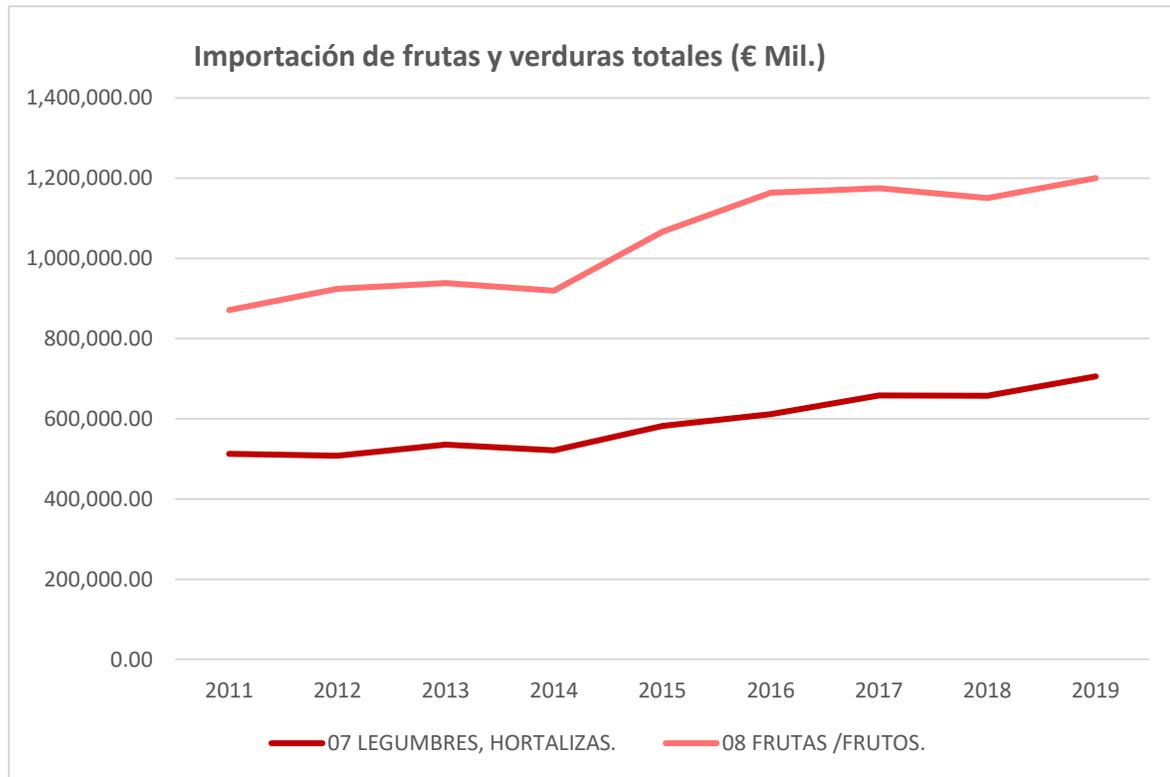
Suiza	Austria
<ul style="list-style-type: none">• País exportador con saldo comercial muy positivo.• Principales clientes: Alemania, EEUU y Reino Unido.• Mayor partida exportada: Productos farmacéuticos.• Exportaciones de frutas y verduras prácticamente residuales.• Muy bajas exportaciones hacia Perú	<ul style="list-style-type: none">• Austria tiene un saldo comercial positivo, y ha aumentado exponencialmente su comercio exterior en los últimos años.• Principales clientes: Alemania, Italia y EEUU.• Mayor partida exportada: Maquinaria y aparatos mecánicos.• Mayores exportaciones de fruta y verdura que Suiza, pero muy por debajo de las importaciones.• Bajas exportaciones hacia Perú .

2. Análisis de oferta: COMERCIO EXTERIOR (IMPORTACIONES)

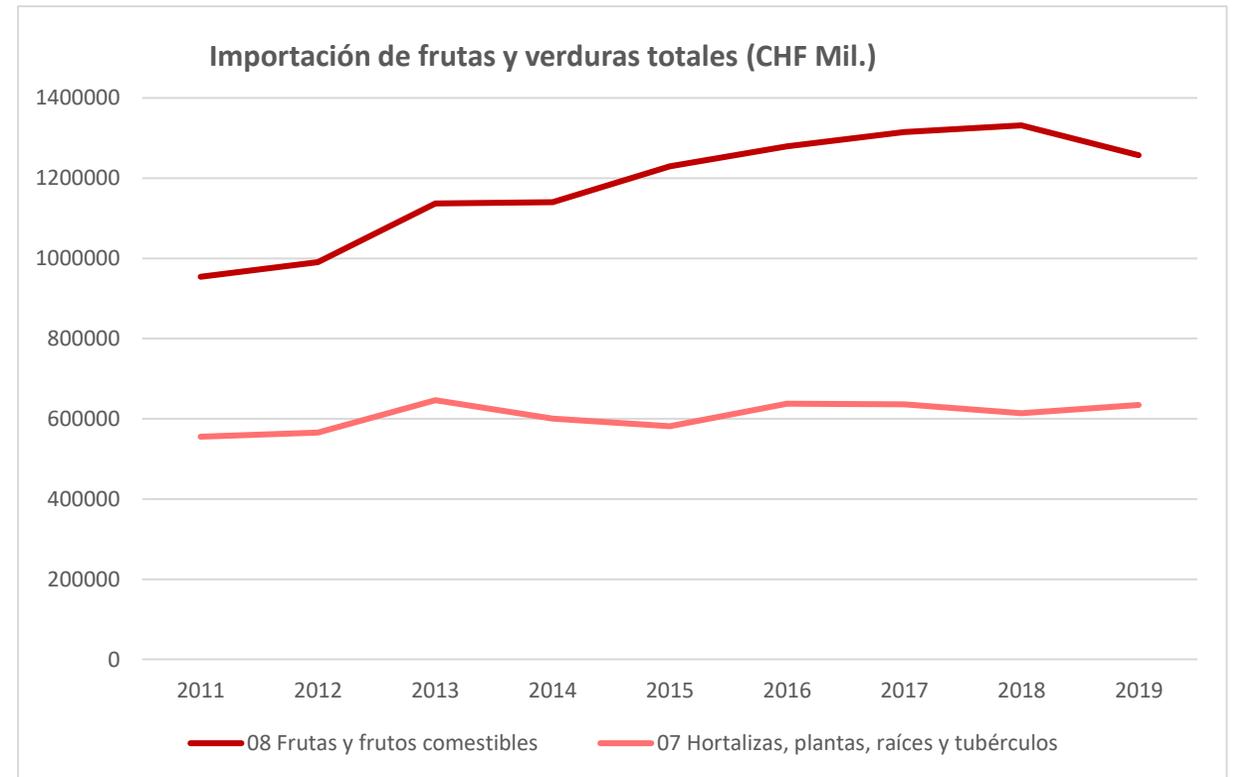
Suiza	Austria
<ul style="list-style-type: none">• Tendencia en alza de las importaciones.• Principales proveedores: Alemania, Italia y Francia.• Mayor partida importada: Joyería y piedras metales preciosos.• Han aumentado las importaciones de frutas y verduras.• Exportaciones a Perú marcadas por la partida Perlas finas naturales o cultivadas, piedras preciosas o semipreciosas y metales preciosos.	<ul style="list-style-type: none">• Enorme aumento de sus importaciones durante los últimos 8 años.• Principales proveedores: Alemania, Italia y China.• Mayor partida importada: Maquinaria y aparatos mecánicos.• Evolución muy positiva de las importaciones de fruta y verdura.• Exportaciones a Perú marcadas por la partida Cinc y manufacturas de cinc.

2. Análisis de oferta: IMPORTACIONES FRUTAS Y VERDURAS

AUSTRIA

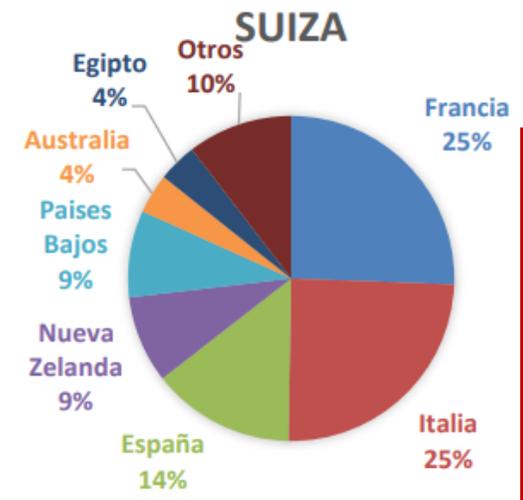
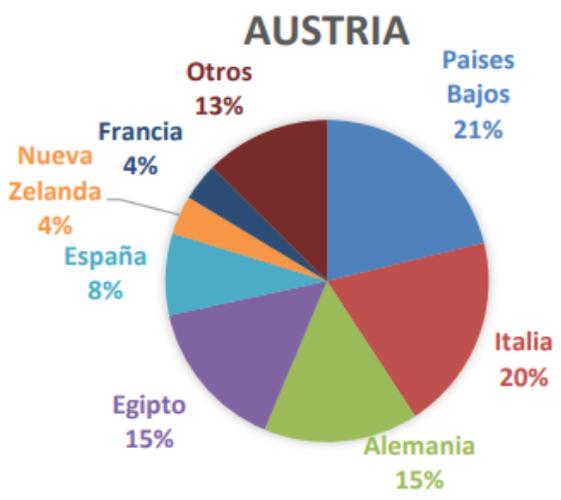


SUIZA

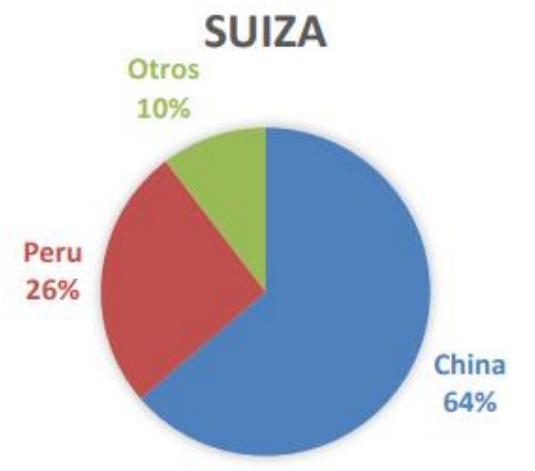
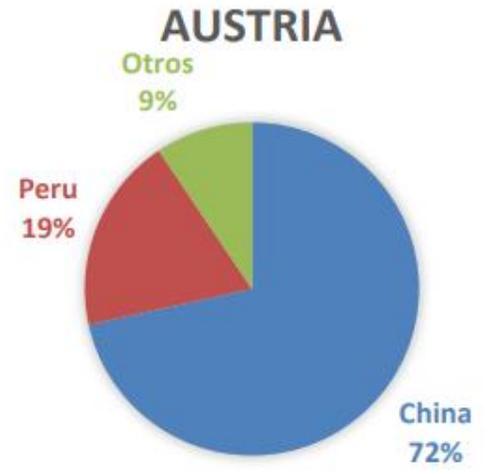


2. Análisis de oferta: COMPETENCIA

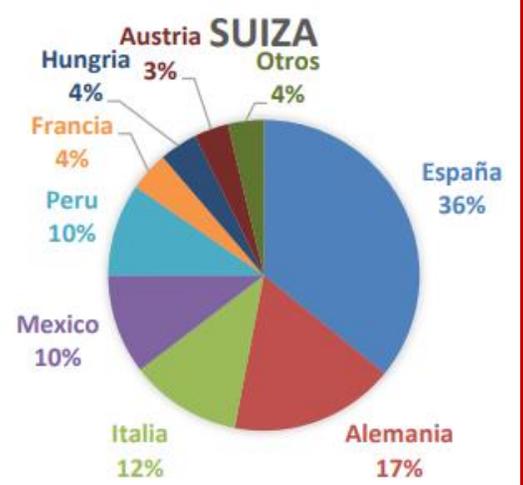
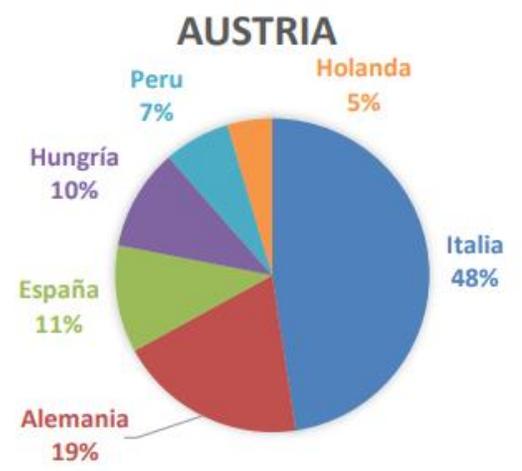
CEBOLLA



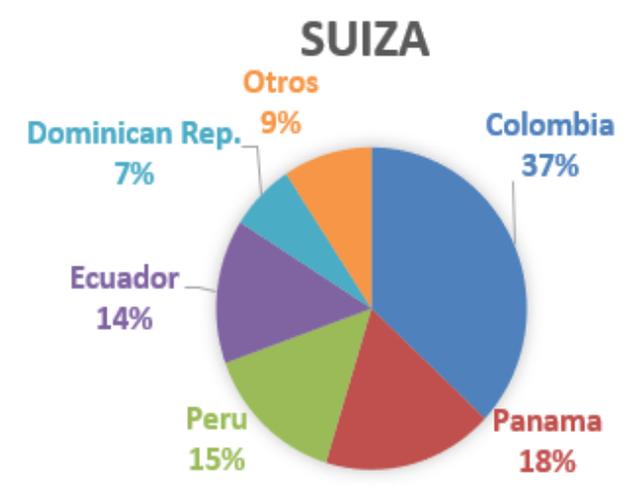
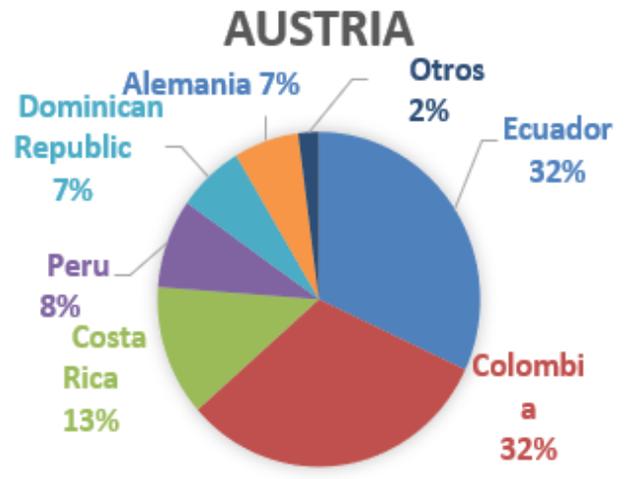
JENGIBRE



ESPARRAGO

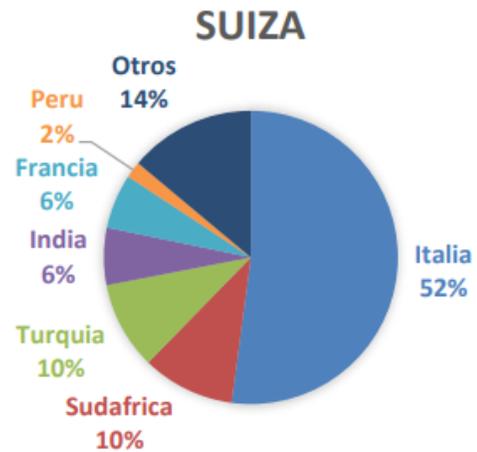
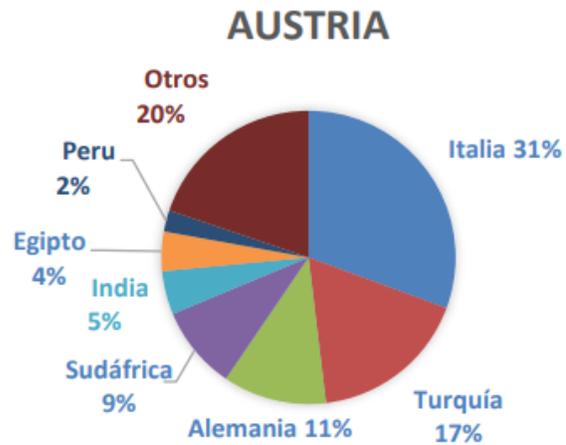


BANANA

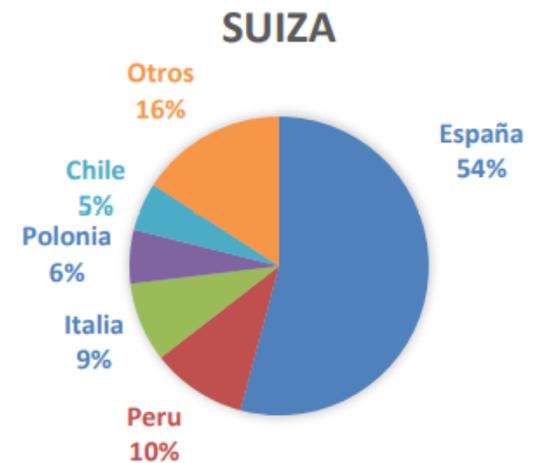
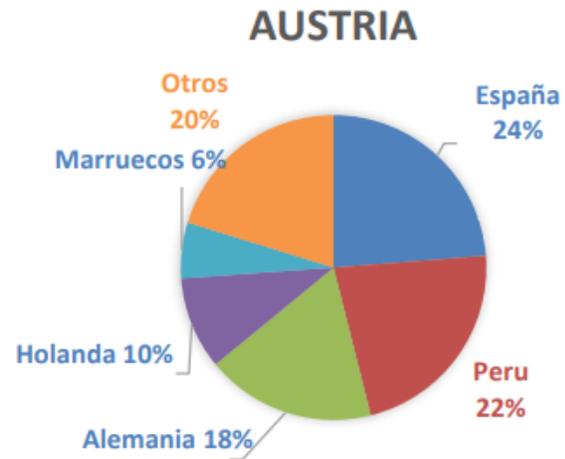


2. Análisis de oferta: COMPETENCIA

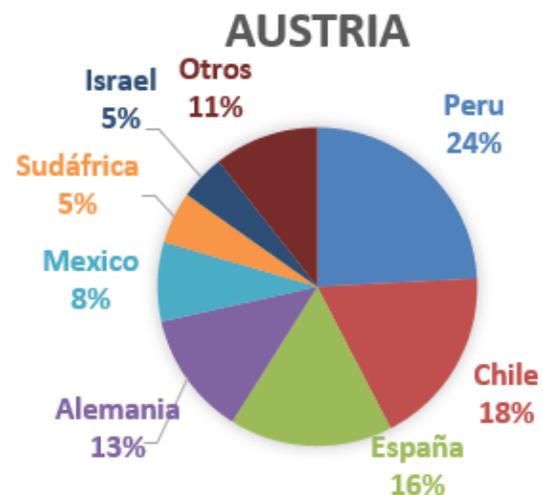
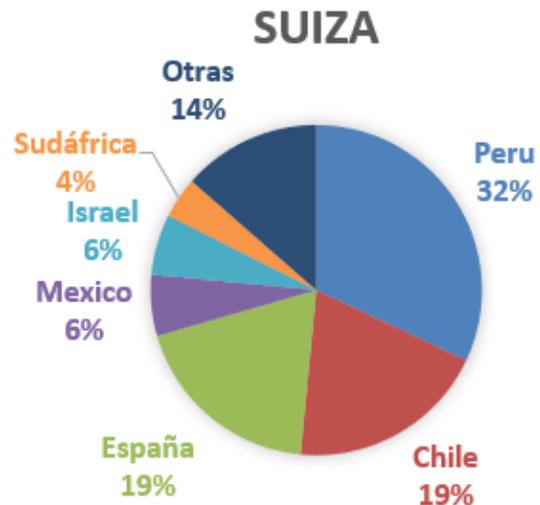
UVA



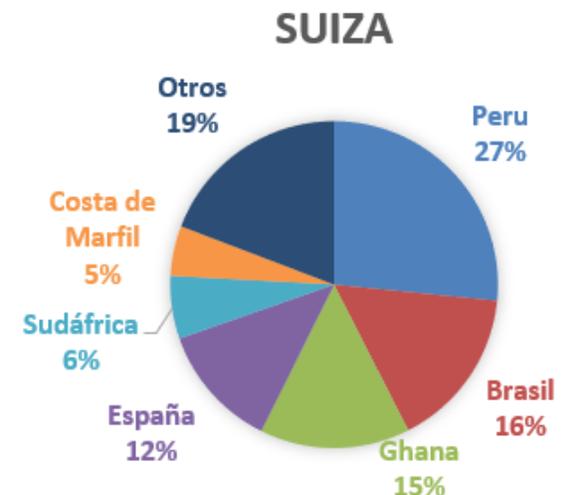
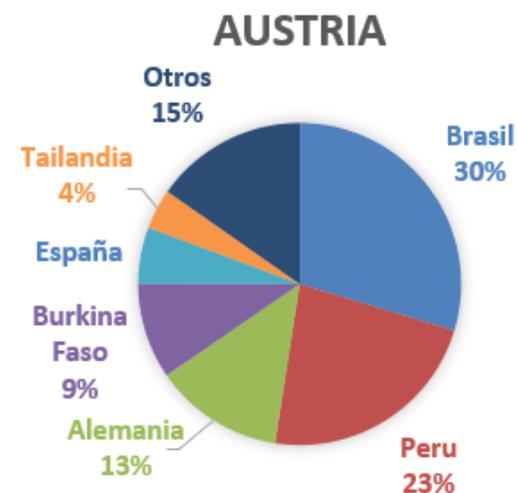
ARANDANO



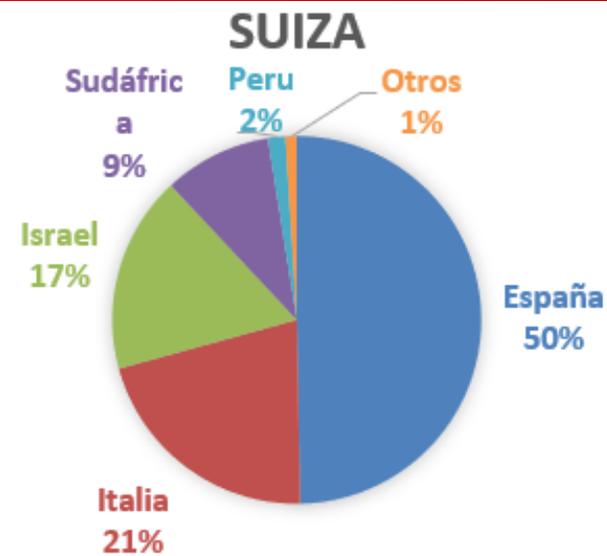
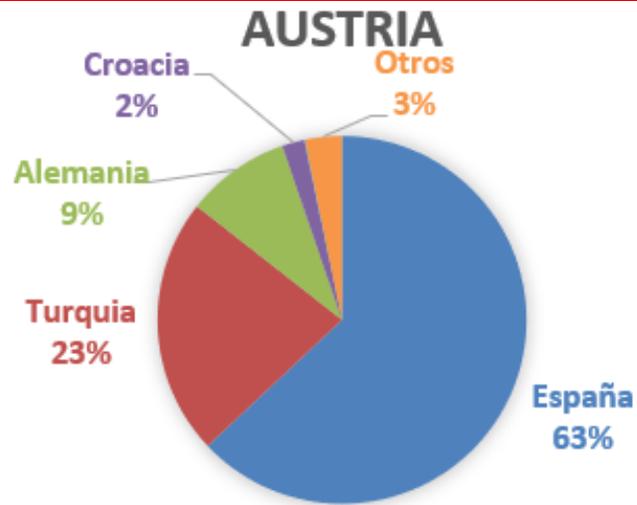
PALTA



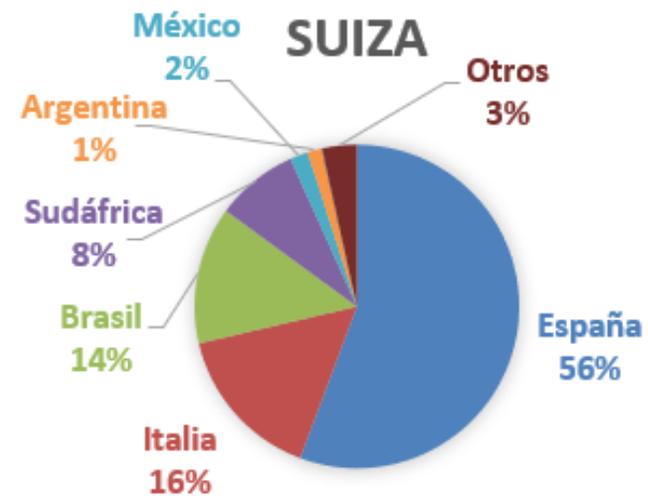
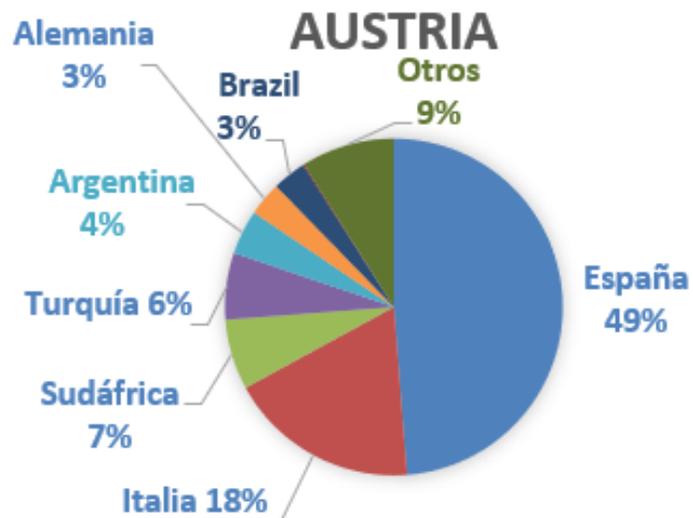
MANGO



2. Análisis de oferta: COMPETENCIA



MANDARINA



LIMAS Y LIMONES

Índice.

3. Análisis del sector.

3.1. VARIEDADES Y FORMAS DE PRESENTACION

3.2. CANALES DE DISTRIBUCIÓN

3.3. CANALES DE COMERCIALIZACION

3.4. PRECIO

3. Análisis del sector: VARIEDADES Y FORMAS DE PRESENTACION

- **Espárragos:** En “racimos” de un kilo soportados o bien por una bolsa o bien por una cinta, o en bandejas pequeñas de plástico o cartón de diferentes pesos.
- **Palta:** A granel, pagadas por unidad.
- **Cebollas:** Sacos de malla de plástico de diferentes tamaños.
- **Mango:** A granel, pagadas por unidad.
- **Uvas:** Más popular a racimo a granel y la uva empaquetada en un recipiente de plástico de 500gm.



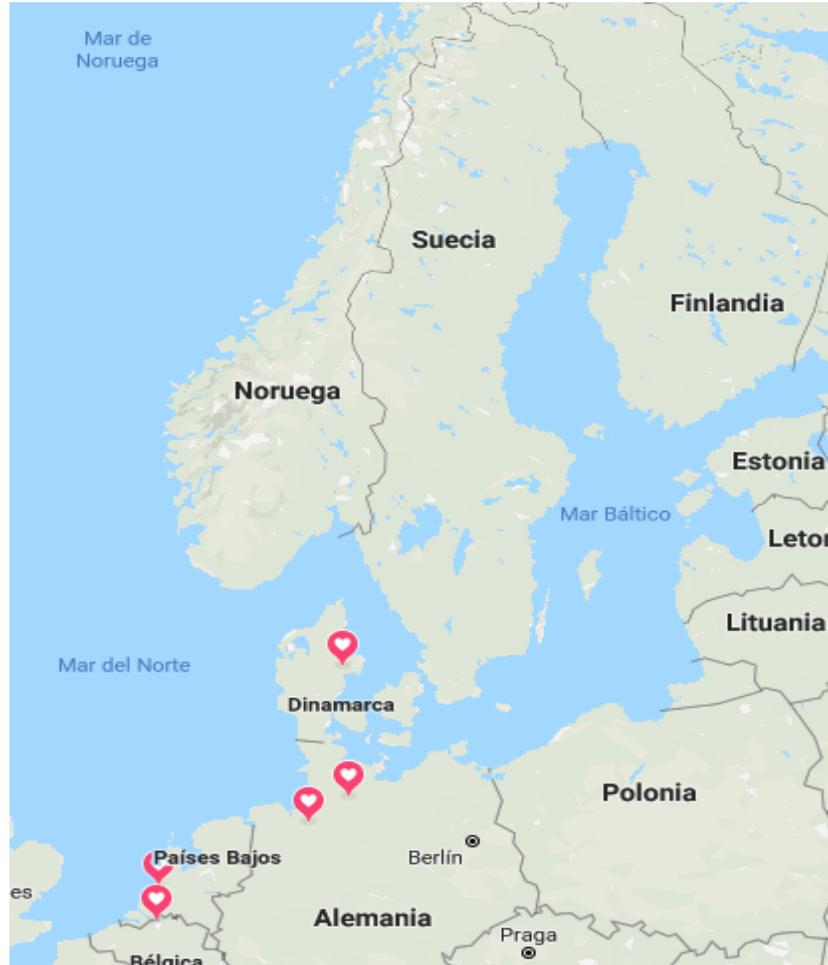
3. Análisis del sector: VARIEDADES Y FORMAS DE PRESENTACION

- **Mandarinas:** Bolsa de malla de plástico de color rojo o naranja de diferentes tamaños y pesos.
- **Limones:** Mas popular a granel (Suiza), empaquetado en pequeños formatos o malla similar a otros cítricos (Austria).
- **Jengibre:** Mas popular a granel.
- **Bananas:** Granel.
- **Arándanos:** Cajas de plástico de diferentes tamaños que suelen oscilar entre los 125 y 400 gramos.



3. Análisis del sector: CANALES DE DISTRIBUCION

Mapa de los puertos de referencia



- **Rutas de Acceso principales**
 - **Alemania: Bremen y Hamburgo** (principal centro logístico de sector).
 - **Otros: Rotterdam (Países Bajos), Amberes (Bélgica)**
- **Rutas de Acceso secundarias:**
 - **Suiza: Puerto fluvial de Basilea.**
 - **Austria: Puerto de Viena.**

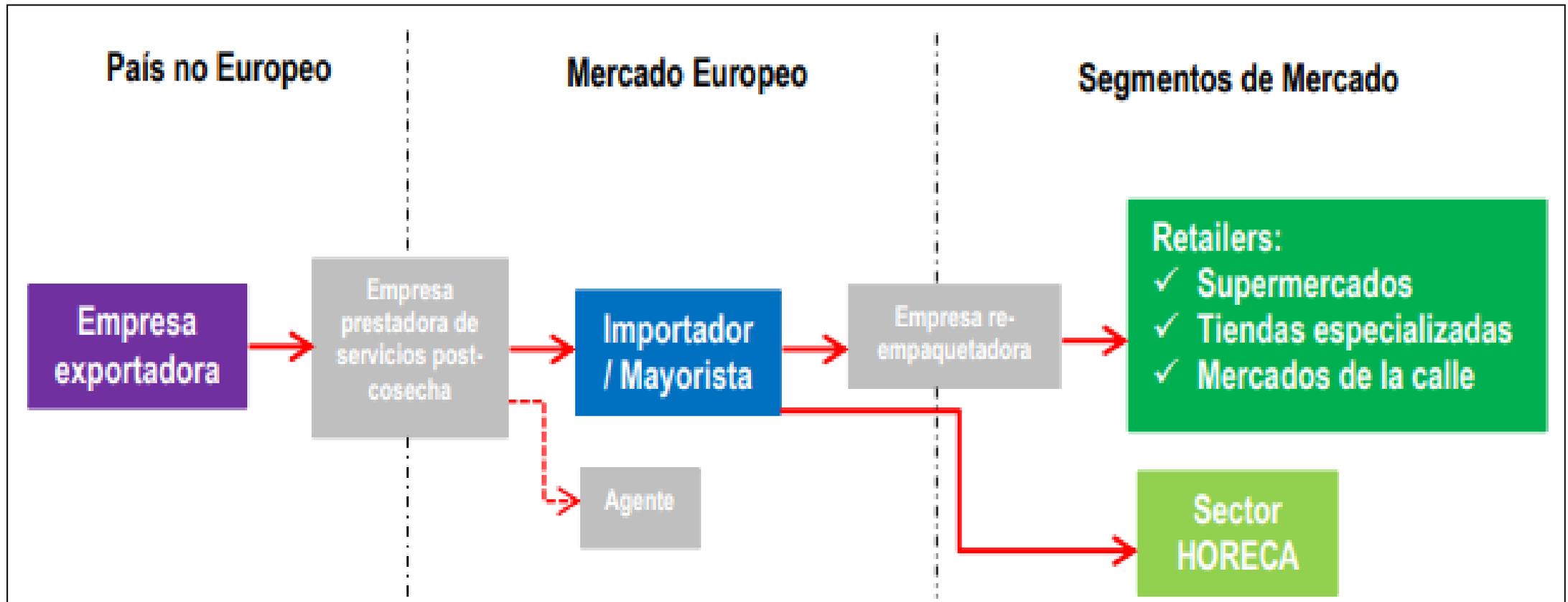
3. Análisis del sector: CANALES DE DISTRIBUCION

- **Costos Logísticos Aproximados**

Puertos destino	Coste medio interanual (USD)
Aarhus	2.500
Amberes	2.500
Bremen	2.300
Hamburgo	2.100
Rotterdam	2.300

- Coste medio del flete desde el Puerto Callao de un contenedor 20' en modalidad FCL.
- Incluye coste de descarga que presenta un margen habitual de entre 300 y 400 USD.
- Duración media 25 días.
- Mayor frecuencia líneas navieras con puertos alemanes.

3. Análisis del sector: CANALES DE COMERCIALIZACIÓN



3. Análisis del sector: CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

- **Diferentes canales de comercialización:**
 - **Canal HORECA**
 - **Tiendas especializadas (Fruterías)**
 - **Mercados de barrio**
 - **Cadenas de supermercados**
- **La mayoría de la fruta y verdura fresca se comercializa a través de las grandes cadenas de supermercado.**
- Poco peso relativo en el mercado del resto de canales.
- Sector del supermercado muy concentrado en pocas grandes empresas (Más acentuado en Suiza).
- Peso de las cadenas de supermercado en Austria.

3. Análisis del sector: CANALES DE COMERCIALIZACIÓN EN SUIZA

- **COOP** (<https://www.coop.ch/de/>)
 - Segundo mayor importador suizo.
 - Alrededor de 1000 puntos de venta.
 - Empezó como una pequeña cooperativa...
- **MIGROS** (<https://www.migros.ch/de.html>)
 - Mayor empresa de supermercados del país.
 - Junto a Coop mayores importadores de frutas y verduras.
 - Funciona en Francia y Alemania.
- **FENACO**: (<https://nordicapproach.no/>)
 - Orientado a las zonas rurales.
 - Dueño de los supermercados Volg y Landi.



3. Análisis del sector: CANALES DE COMERCIALIZACIÓN EN AUSTRIA

- **Grupo Rewe** (<https://www.rewe-group.com/en/>)
 - Origen alemán.
 - Dueño de Penny y Billa.
 - Presencia en 14 países (Austria 2º fuente de facturación).
- **Spar Austria** (<https://www.spar.at/>)
 - Marca holandesa, empresa de capital austriaco.
 - Distintas modalidades de super (Spar, Spar Gourmet..)
 - Junto a Billa cadena más numerosa.
- **Hofer:** (<https://www.hofer.at/de/>)
 - Filial austriaca de la empresa alemana Aldi.
 - Tercera empresa más importante.
 - Estrategia de precios reducidos.



3. Análisis del sector: CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

PUNTOS DE VENTA

AUSTRIA

Nombre	Supermercados
Billa	1002
Spar	1560
Hofer	500 aprx.
Lidl	250 aprx.
Penny Markt	300 aprx
Mpreis	257

SUIZA

Nombre	Supermercados
Coop	918
Migros	617
Denner (Migros Group)	797
Aldi	200
Lidl	129
Volg (Fenaco)	580
Landi (Fenaco)	280

3. Análisis del sector: PRECIO

ASPECTOS QUE ENGORDAN EL PRECIO DESDE LA IMPORTACIÓN HASTA EL PRECIO FINAL

- Número de empresas intermediarias .
- La merma.
- El transporte
- El almacenamiento y manipulación del producto.
- La cosecha anual de los países.

3. Análisis del sector: PRECIO

Evolución precio de importación CIF €/Kg en Austria

Producto	2017	2018	2019
Espárragos	4,68	4,80	4,89
Cebollas	0,84	0,86	0,90
Bananas	0,83	0,82	0,82
Arándanos	6,92	7,04	6,24
Mango	2,32	2,12	2,12
Aguacate	3,39	3,18	3,40
Mandarinas (tangerinas y satsumas)	0,92	1,02	0,98
Limas y Limones	1,21	1,30	1,25
Jengibre	1,53	1,56	1,87
Uvas	1,73	1,82	1,78

Evolución precio de importación CIF €/Kg en Austria Suiza

Producto	2017	2018	2019
Espárragos	5,10	5,30	5,12
Cebollas	1,45	1,16	1,41
Bananas	1,03	1,00	0,97
Arándanos	8,23	8,60	7,04
Mango	2,79	2,69	2,78
Aguacate	3,52	3,26	3,48
Mandarinas (tangerinas y satsumas)	1,45	1,48	1,38
Limas y Limones	1,68	1,81	1,53
Jengibre	1,88	1,99	2,18
Uvas	2,07	2,01	2,05

3. Análisis del sector: PRECIO FINAL SUPERMERCADOS SUIZOS

Producto	Marca	Precio €	Origen	Otro
Espárragos	Coop (Espárrago verde conserva)	13,17€/Kg	China	Conserva
	Coop (Espárrago blanco conserva)	18,22€/Kg	Peru	Conserva
Cebollas	Coop (Cebolla Amarilla)	2,05€/Kg	Suiza	
	Coop (Cebolla Roja)	3,64€/Kg	Suiza	
Bananas	Coop Naturplan	3,08€/Kg	Rep. Dominicana/ Ecuador	Bio/Fairtrade
	Coop	2,75€/Kg	Panamá/Colombia/Ecuador	Fairtrade
	Coop Prix Garantie Bananas	1,29€/Kg	n/a	
Arándanos	Naturaplan JaMaDu	4,01€/Kg	Rep. Dominicana	Bio/Fairtrade
	Coop	8,03€/Kg	Suiza	Congelado
	Coop Prix Garantie	7,47€/Kg	Serbia	Congelado
Mango	Coop Naturplan	3,36€/Ud	España	Bio
	Coop Prix Garantie	1,40€/Ud	España/Brasil	
	Primagusto Coop	5,56€/Ud	España	
Aguacate	Coop Naturplan	2,42€/Ud	Colombia	Bio
	Coop	2,05€/Ud	Perú/Chile	
	Giovanelli	1,82€/Ud	Peru	
Mandarinas	Coop Prix Garantie	1,12€/Ud	Perú/Chile	
Limonas	Primagusto Coop	4,62€/Kg	Italia	
	Coop	0,60€/Kg	España	
Jengibre	Coop Naturplan	0,99€/Kg	Portugal	Bio
	Coop	8,50€/Kg	Perú	Bio y empacutado
Uvas	Coop	3,55€/Kg	China	
	Coop Naturplan (uva blanca)	4,67€/Kg	Italia	Bio
	Primagusto Coop (uva blanca)	3,69€/Kg	Italia	
	Coop (uva blanca)	1,82€/Kg	Italia	
	Coop (uva blanca Sin semillas)	4,67€/Kg	Italia	
	Prix Garantie (uva blanca)	2,33€/Kg	Italia	
	Coop (mezcla uva blanca y redglobe Sin semillas)	4,11€/Kg	Italia	
	Primagusto Coop (uva moscatel)	8,36€/Kg	Italia	
	Coop (uva redglobe)	2,47€/Kg	Italia	

Producto	Marca	Precio €	Origen	Otro
Espárragos	Sun Queen (Espárrago verde conserva)	19,89€/Kg	Perú	
	Sun Queen (Espárrago blanco conserva)	17,03€/Kg	Perú	
	Migros M-Classic (Espárrago verde conserva)	14,64€/Kg	Perú	
	Migros M-Classic (Espárrago blanco conserva)	10,93€/Kg	Perú	
Cebollas	Migros (Cebolla amarilla)	5,98€/Kg	Suiza	Bio
	Migros Fresca (Cebolla amarilla)	1,82€/Kg	Suiza	
	Migros (Cebolla blanca)	3,55€/Kg	Suiza	
	Migros Fresca (Cebolla morada)	3,17€/Kg	Suiza	
Bananas	Migros	3,69€/Kg	Canarias (España)	Bio y Fairtrade
	Chiquita	2,42€/Kg	Centroamérica	Fairtrade
	Fruitissime (banana baby)	11,60€/Kg	Ecuador	Caja plástico
	Migros	2,61€/Kg	Perú/México	Bio y Fairtrade
Arándanos	Migros	18,31€/Kg	Perú/Argentina	Caja plástico
	Migros	21,68€/Kg	Alemania/Polonia/Rusia	Bio
Mango	Migros	2,24€/Ud	Perú / Costa de Marfil	
	Fruitissime	4,20€/Ud	Perú / Costa de Marfil	
	Migros	3,08€/Ud	España	Bio
	Migros Fresca	1,82€/Ud	Perú / Costa de Marfil	
Aguacate	Migros	2,05€/Ud	Chile/España	
	Migros	2,05€/Ud	Perú / Kenia / México	Bio
	Migros Fresca Baby	0,84€/Ud	Perú	
	M-Budget	1,02€/Ud	Perú	
Mandarinas	Extra	2,71€/Ud	Perú	
Mandarinas	Migros	2,10€/Kg	España	
Limonas	Migros Fresca	4,29€/Kg	Brasil/México	Fairtrade
	Migros	0,56€/Ud	México	Bio
Jengibre	Migros	8,31€/Kg	Perú	Bio
Uvas	Migros (Uva blanca Sin semillas)	5,98€/Kg	Italia/España	Bio
	Migros (Uva blanca)	4,11€/Kg	Italia	
	Migros mezcla (Uva blanca y redglobe)	7,85€/Kg	Italia/España	Bio
	Migros mezcla (Uva blanca y redglobe)	4,85€/Kg	Italia	
	Migros (Uva roja Sin semillas)	7,28€/Kg	Italia/España	Bio
	Migros (Uva moscatel)	5,98€/Kg	Italia	

3. Análisis del sector: PRECIO FINAL SUPERMERCADOS AUSTRIACOS

Billa

Producto	Marca	Precio	Origen	Otro
Espárragos	Le Baron (Espárrago verde conserva)	18,90€/Kg	China	
	Le Baron (Espárrago blanco conserva)	18,09€/Kg	China	
Cebollas	Da komm ich her! (Cebolla amarilla)	1,19€/Kg	Austria	
	Da komm ich her! (Cebolla morada)	1,49€/Kg	Austria	
	Ja! Natürlich (Cebolla amarilla)	1,99€/Kg	Austria	Bio
Bananas	Ja! Natürlich	1,99€/Kg	Rep. Dominicana	Bio
Arándanos	Billa	15,12€/Kg	Peru	
Mango	Billa	1,99€/Ud	Brasil	
Aguacate	Billa	1,99€/Ud	Mexico	Bio
	Sanlucar (premium)	2,59€/Ud	España	
	Billa	1,50€/Ud	Kenia/Mexico	
Mandarinas	Billa (Satsuma)	1,79€/Kg	España	
Limones	Billa	6,63€/Kg	n/a	
Jengibre	Billa	15,27€/Kg	China	Bio, Caja de cartón
Uvas	Billa (uva blanca)	1,99€/Kg	Italia	
	Billa (uva blanca sin pepitas)	3,58€/Kg	Italia	
	Sanlucar (uva blanca sin pepitas)	5,99€/Kg	Italia/Perú	
	Sanlucar (uvas rojas sin pepitas)	5,99€/Kg	Italia	
	Ja! Natürlich (mezcla uva blanca y redglobe)	5,98€/Kg	Italia	Bio, Caja de cartón

Productos vendidos por unidad con un rango de precios mayor.

3. Análisis del sector: PRECIO FINAL SUPERMERCADOS AUSTRIACOS

Hofer

Producto	Marca	Precio	Origen	Otro
Cebollas	Hofer	1,19€/Kg	Austria	
Arándanos			Sudáfrica	
	Hofer	9,48€/ud	a	
Mango	Iss Reif!	1,49€/ud	n/a	
	Natur Aktiv	2,49€/ud	España	Bio
Aguacate	Natur Aktiv	1,69€/ud	n/a	Bio
	Iss Reif!	0,99€/ud	Chile	
	Hofer	4,98€/Kg	a	
Jengibre	Hofer	3,99€/Kg	n/a	
Uvas	Hofer (uva blanca)	4,79€/Kg	Italia	
	Hofer (uva blanca sin pepitas)	4,99€/Kg	Italia	

Lidl

Producto	Marca	Precio	Origen	Otro
Cebollas	Lidl (Cebolla amarilla)	0,60€/Kg	Austria	
Bananas	Lidl	1,89€/Kg	Peru	Bio, Fairtrade
	Lidl	1,49€/Kg	Colombia	Fairtrade
Arándanos	Lidl	9,30€/Kg	n/a	
Mango	Lidl	1,49€/ud	Puerto Rico	
Aguacate	Lidl	0,99€/ud	Sudáfrica	
	Lidl	4,99€/Kg	n/a	
Mandarinas	Lidl (Satsuma)	1,29€/Kg	n/a	
Limonas	Lidl	0,50€/ud	n/a	Bio
Jengibre	Lidl	5,99€/Kg	China	Bio
Uvas	Lidl (uva roja sin pepitas)	1,99€/Kg	n/a	
	Lidl (uva blanca sin pepitas)	1,69€/Kg	n/a	

Índice.

4. Análisis de la demanda.

4.1. PERFIL DEL CONSUMIDOR

4.2. ANÁLISIS DE TENDENCIAS

4.3. PERCEPCION DEL PRODUCTO PERUANO

4. Análisis de la demanda: PERFIL DEL CONSUMIDOR

SUIZA:

- **Elevado poder adquisitivo medio.**
- Los **sellos de calidad y certificación orgánica y ecológica** están muy bien considerados, y siguen una tendencia al alza.
- Mercados muy maduros.
- El **priorizan el consumo de productos de cultivo nacional.**
- Consumidores “Smart shopper”, esto es, busca tanto ventajas en el precio como en la calidad, valorando en gran medida los atributos saludable y sostenible. .
- **Influencia de países limítrofes** (Alemania, Italia y Francia).
- Porcentaje alto de población extranjera (24%).

4. Análisis de la demanda: PERFIL DEL CONSUMIDOR

AUSTRIA:

- Economía desarrollada con alta capacidad adquisitiva.
- Aunque calidad y seguridad siguen siendo factores importantes, **empieza a coger más relevancia el precio.**
- Los sellos y certificaciones orgánicas también están muy bien valorados.
- El **priorizan el consumo de productos de cultivo nacional:**
 - Favorecer economía local
 - Respeto al medio ambiente
- **Fuerte influencia alemana.**
- Entrada de población extranjera y de nuevas cocinas del mundo abren la puerta a nuevos productos extranjeros.

4. Análisis de la demanda: ANALISIS DE TENDENCIAS

Aunque el mercado de la fruta y verdura fresca es uno de los más consolidados, existen algunas tendencias que pueden desvirtuarlo en un futuro próximo:

- **CAMBIOS EN LA ALIMENTACIÓN:**

- En Europa la población cada vez es más consciente de la importancia de la comida saludable.
- Existe una tendencia hacia el culto al cuerpo, empujando a la gente a consumir comida sana.

- **VEGANISMO Y VEGETARIANISMO:**

- Existe una tendencia alcista hacia este tipo de dietas que tienen a la fruta y verdura fresca como base de la alimentación.
- Se estima que el 14% de los suizos son vegetarianos o veganos.
- En Austria sin llegar al nivel suizo también está cogiendo relevancia.

4. Análisis de la demanda: ANALISIS DE TENDENCIAS

- **AUMENTO DEL CONSUMO DE PRODUCTOS BIOLÓGICOS:**
 - Austria y Suiza son dos de los países del mundo que más consumen productos Bio.
 - Presencia de productos Bio en todos los lineales de los supermercados.
 - Aparición de nuevos supermercados Bio.
 - Podemos encontrar una versión orgánica de casi todas las frutas y verduras frescas comercializadas.
- **CONCIENCIA SOCIAL REFLEJADA ASPECTOS COMO EL COMERCIO JUSTO**
 - Esto es más relevante en Suiza que en Austria.
 - Se da especialmente en los productos considerados orgánicos.
 - El consumo de alimentos de comercio justo lleva aumentado de forma constante desde 2011 en Suiza.

4. Análisis de la demanda: PERCEPCION DEL PRODUCTO PERUANO

- **Todavía no hay un conocimiento fuerte sobre los productos peruanos** por parte del cliente final.
- El **auge de la cocina peruana en Europa** está empezando a potenciar la marca Perú, pero es algo reciente.
- El **consumidor final de fruta y verdura no suele fijarse en el origen en el caso de que no sea nacional** o de cultivo europeo.
- **Los importadores tienen una buena referencia de los productos peruanos**, por percepciones del sector o por experiencia previa.

Índice.

5. Requisitos de acceso al mercado.

5.1. MEDIDAS ARANCELARIAS

5.2. REGULACIONES

5.3. OTRAS REGULACIONES

5.4. CERTIFICACIONES

5. Requisitos de acceso al mercado: MEDIDAS ARANCELARIAS

- Austria: Unión Europea.
- Legislación aduanera de Suiza



Acuerdos comerciales con Perú

Austria (Unión Europea)

Arancel	General	Perú
Esparragos	10,20%	0%
Cebollas	9,60%	0%
Bananas	16,00%	0%
Aguacates	5,10%	0%
Mango	0%	0%
Limon y Limas	12,80%	0%
Mandarinas	16,00%	0%
Arándanos	0%	0%
Jengibre	0%	0%
Uvas	10,20%	0%

5. Requisitos de acceso al mercado: MEDIDAS ARANCELARIAS

Suiza

Arancel	General	Perú
Espárragos	0%	0%
Cebollas	248CH por 100kg gross	248CH por 100kg gross
Bananas	14CH por 100kg gross	0%
Aguacates	1,6CH por 100kg gross	0%
Mango	1CH por 100kg gross	0%
Limon y Limas	0%	0%
Mandarinas	7CH por 100kg gross	0%
Uvas	0%	0%
Arándanos	0%	0%
Jengibre	3,75CH por 100kg gross	0%

5. Requisitos de acceso al mercado: MEDIDAS ARANCELARIAS

- **Impuestos al consumo. Fruta y verdura fresca**

Impuesto sobre el	Austria	Suiza
Valor Añadido (IVA)	10%	2,5%

- **Cuotas de importación en Suiza: La cebolla en Suiza es el único producto con arancel, este además es muy elevado estando subrogada un importación a las cuotas de importación repartidas por el gobierno.**

5. Requisitos de acceso al mercado: REGULACIONES

- **UE:** Una de las zonas de **legislación sanitaria más restrictiva.**
- **Suiza:** Las **leyes vigentes en Suiza sobre la legislación alimentaria son muy similares a las vigentes en la Unión Europea.**
- Por lo general es necesario:
 - **Que el importador esté registrado pertinentemente bajo la autoridad sanitaria del país destino.**
 - Control de contaminantes en alimentos: **Contenido máximo de microtoxinas**
 - **Certificación de uso de adecuado de fitosanitarios.**
 - Control sanitario de alimentos de origen no animal: Certificado Sanitario Oficial de Exportación de alimentos para consumo humano emitido por DIGESA.

5. Requisitos de acceso al mercado: OTRAS REGULACIONES

- **Control sanitario de alimentos genéticamente modificados y nuevos alimentos:**
Solicitud de autorización de OMG para alimentos y piensos.
- **Trazabilidad, cumplimiento y responsabilidad en alimentos y piensos:** La correcta trazabilidad de los productos es un elemento indispensable para la autorización de la venta destinada al consumo humano (problemática productos peruanos).
- **Etiquetado de alimentos:** Información obligatoria para el etiquetado de los alimentos tanto en Suiza como en Austria.
- **Etiqueta orgánica:** Voluntario.

5. Requisitos de acceso al mercado: CERTIFICACIONES

- Para la exportación de frutas y verduras a países como Suiza y Austria se hace necesaria la certificación Global Gap.



- La certificación de comercio justo es muy valorada en el mercado:

- Fairtrade internacional

- Grasp (Global gap)

- Sello orgánico:

- Sello orgánico europeo

- Bio Suisse



Índice.

1. Alcance de estudio.
2. Análisis de oferta
3. Análisis del sector.
4. Análisis de la demanda.
5. Requisitos de acceso al mercado.
6. Actividades de promoción
7. Conclusiones y recomendaciones.

6. Actividades de promoción

- **PRINCIPALES FERIAS**

En Europa hay cierta concentración de eventos internacionales para el sector de la fruta y la verdura, destacando uno sobre los demás, y reuniendo a todos los actores a nivel mundial y especialmente europeo.

- **1º Fruit Logistic (Berlin):** Feria anual más relevante para las empresas de Suiza y Austria.



- **2º Fruit Attraction (Madrid):** Es la segunda feria más relevante, sin llegar a alcanzar la representatividad de la alemana.



6. Actividades de promoción

- Ferias que si bien no son tan relevantes, pueden ser interesantes para las empresas del sector de la fruta y verdura.
 - **SUIZA:**
 - **Bio Marché:** Feria suiza para artículos biológicos
 - **FBKplus Berna:** Punto de encuentro para la comida comercial e industrial y la producción de bebidas.
 - **AUSTRIA:**
 - **Kulinarik:** Se centra especialmente en productos orgánicos y de alta calidad.
 - **Kulinar Tulln an der Donau:** Feria de productores y minoristas, donde los exportadores tienen la oportunidad de presentar sus productos a un público amplio.

Índice.

1. Alcance de estudio.
2. Análisis de oferta
3. Análisis del sector.
4. Análisis de la demanda.
5. Requisitos de acceso al mercado.
6. Actividades de promoción
7. Conclusiones y recomendaciones.

7. Conclusiones y recomendaciones.

Perfiles de los consumidores:

- **Importancia del consumo de productos orgánicos o ecológicos.**
 - Austria y Suiza se caracterizan por ser **dos de los países del mundo donde está más instaurado el consumo de productos de alimentación orgánicos.**
 - **No se debe olvidar que aunque en estos dos países tiene mucha relevancia, es un nicho de mercado menor.**
 - **Importante presencia en el canal minorista.**
 - Potencial de futuro, **tendencia alcista.**
 - Certificación específica: Austria (Europea) y Suiza (Bio Suisse)

7. Conclusiones y recomendaciones.

Perfiles de los consumidores:

- **Aumento en el consumo de frutas y verduras por cambios en tendencias en la alimentación.**
 - Tendencia global hacia una alimentación saludable
 - Niveles bajos de autoabastecimiento
 - Giro hacia las dietas de base vegetal
- **Aumento del consumo de productos exóticos:**
 - **Incorporación y desarrollo comercial de productos menos tradicionales** en los países de estudio.
 - Los productos exóticos en países como Austria o Suiza son aquellos productos no tradicionales en los cultivos europeos. (Aguacate, mango etc.)
 - **Ventaja competitiva para países como Perú**, por haber menos competencia.

7. Conclusiones y recomendaciones.

Perfiles de los consumidores:

- **Proteccionismo sobre la producción nacional**
 - Fuerte tendencia hacia el proteccionismo del producto local.
 - **Proteccionismo institucional** derivado de las medidas gubernamentales (Suiza).
 - **Proteccionismo derivado del rechazo de los consumidores finales** que priman los productos de producción nacional.
- **Desconocimiento del producto peruano:**
 - El **consumidor final no valora si el producto procede de un país transoceánico**
 - Desconocimiento de la marca Perú en Suiza y en Austria

7. Conclusiones y recomendaciones.

Competidores en Suiza y Austria:

- Dos tipos de competencia:
 - Reexportadores (doble posición de competencia-clientela)
 - Destacan Holanda y Alemania
 - Manejan grandes volúmenes
 - Otros orígenes

7. Conclusiones y recomendaciones.

Competidores en Suiza y Austria:

IMPORTANCIA DE LA ESTACIONALIDAD COMO VENTAJA COMPETITIVA

- Entrar primero en el mercado.
- Abastecer demanda en épocas de baja oferta europea.
- Complementar oferta de países más consolidados.

7. Conclusiones y recomendaciones.

Oportunidades de exportación:

- Perú uno de los principales orígenes para la fruta y verdura comercializada en Austria y Suiza.
- Muy baja incidencia de las exportaciones directas:
 - Suiza:
 - Bajo volumen
 - Conveniencia y flexibilidad
 - Elevados precios finales
 - Austria:
 - Deslocalización de las compras en las empresas distribuidoras austriacas.
 - Las estadísticas no muestran la realidad.

7. Conclusiones y recomendaciones.

Oportunidades de exportación:

- Vías de entrada por cliente objetivo:
 - Canal HORECA. Las empresas objetivo deben ser las más grandes del sector.
 - Mayoristas austriacos y suizos: Abastecen también a supermercados, sin embargo, no mueven cantidades elevadas.
 - Cadenas de supermercado: Son los que más importan, por lo que deben de ser el objetivo principal.
 - Grandes mayoristas europeos: Son los que hacen de intermediarios con las empresas suizas y austriacas. Además de llegar a las empresas de estos dos países de forma directa, se debe trabajar en paralelo para ganarle cuota a otros orígenes en las ventas a estos intermediarios.

7. Conclusiones y recomendaciones.

Potencial de las frutas y verduras del estudio en los países objetivo:

- **Cebollas:** : Las importaciones no alcanza cifras relevantes, alto nivel de autoabastecimiento y proteccionismo sobre el cultivo local.
- **Espárragos:**
 - Mayor volumen de importación en Suiza.
 - Demanda no satisfecha con la oferta.
 - Oportunidad desde la temporalidad.
- **Mandarinas:**
 - Importaciones totales de menos de 10 millones de Euros.
 - Mercado controlado por España.
- **Uva:**
 - Mucha competencia encabezada por Italia.
 - Altibajos en la evolución de las importaciones. Cierta inestabilidad.

7. Conclusiones y recomendaciones.

Potencial de las frutas y verduras del estudio en los países objetivo:

- **Limas y limones:**
 - La mayoría de importaciones son de limas.
 - Escasez de competencia europea en las exportaciones de limón.
- **Jengibre:**
 - Bajo volumen de importación.
 - La única competencia viene de China.
- **Mango:**
 - Una de las frutas del estudio con mayor volumen de importación.
 - Alta presencia del mango de origen Perú en el mercado.
 - Mayores importaciones e mango en Suiza que en Austria
 - Escasez de competencia nacional y europea.

7. Conclusiones y recomendaciones.

Potencial de las frutas y verduras del estudio en los países objetivo:

- **Aguacate:**
 - El origen Perú es líder en ambos mercados.
 - Evolución muy positiva en las importaciones de aguacate.
 - Mayores importaciones e mango en Suiza que en Austria
 - Escasez de competencia nacional y europea.
- **Arándanos:**
 - Demanda no satisfecha con la oferta.
 - Una de las frutas con mayor volumen de importación.
 - La estacionalidad es una oportunidad para el Perú.
- **Bananas:**
 - Fruta con mayor volumen de importación.
 - Fruta muy consolidada en el mercado.
 - Colombia y Ecuador como principal competidores.

7. Conclusiones y recomendaciones.

Información relevante de cara a la ejecución de un plan estratégico:

- **Importancia de la asistencia a la Fruit Logistic de Berlin para entrar en contacto con todos los importadores.**
- **Tener parte de producción certificado como orgánica para captar la atención del importador suizo y austriaco.**
- **Flexibilidad y facilidad para la exportación de volúmenes menores para llegar al mayorista suizo y austriaco.**
- **Certificación Fairtrade como valor diferencial.**

7. Conclusiones y recomendaciones.

Información relevante de cara a la ejecución de un plan estratégico:

- La importancia de la confianza para establecer relaciones a muy largo plazo con los importadores suizos y austriacos.
- Promoción de algunos productos de la oferta exportable peruana todavía no asociados al origen Perú, como cebolla o cítricos.
- Existe una oportunidad para los exportadores peruanos, al identificarse receptividad por parte de los importadores de ambos países durante el estudio.

Webinar
Exportador



Juan José Roca
Consultor Internacional
en Comercio Exterior

Nicolás Ybarra
Rodríguez
Consultor Internacional
en Comercio Exterior

Seminarios Virtuales
Inteligencia y Prospectiva
Comercial

Preguntas **y respuestas**

¿Más información sobre Inteligencia Comercial?

[SIICEX - INTELIGENCIA DE MERCADOS](#)



**¡Gracias por haber sido
parte de este Webinar!**

Recuerda que puedes encontrar mayor información sobre todas nuestras actividades y webinars en nuestras redes sociales y página web.