

SERVICIOS AL
EXPORTADOR

DEPARTAMENTO DE
INTELIGENCIA DE MERCADOS

Informe Especializado:

Dátiles en Francia



I.	Índice	
II.	PRODUCTO	3
III.	REQUISITOS DE INGRESO	8
IV.	ANÁLISIS DE COMPETENCIA Y DEL MERCADO	10
V.	TRANSPORTE Y LOGÍSTICA	16
VI.	CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN.....	17
VII.	PRECIOS.....	19
VIII.	OPORTUNIDADES DE VALOR AGREGADO	21
IX.	POTENCIAL DEL PRODUCTO PERUANO.....	23
X.	INFORMACIÓN DE INTERÉS.....	24

II. PRODUCTO



Ilustración 1. Dátiles

Los dátiles son el fruto de la palmera del dátil (*Phoenix dactylifera*). Esta especie es ampliamente cultivada en el Medio Oriente y África del Norte, así como en los Estados Unidos.

Hay cientos de variedades de frutas del dátil, pero sólo una pequeña variedad de variedades se vende en el mercado internacional. La producción de la mayoría de las variedades se limita a países o regiones específicos.

El dátil es un fruto muy particular con unas características únicas. Se suelen considerar parte del grupo de las frutas secas, como las uvas y ciruelas pasas o los orejones de albaricoque, pero lo cierto es que los dátiles maduran y se secan en la propia planta.

Nutricionalmente es un producto muy interesante. Los dátiles tienen reputación de alimentos tradicionales, y se consumen mucho en los países árabes, incluso a diario. Los dátiles se promueven como una buena fuente de calorías y energía, porque tienen un alto contenido de carbohidratos. También contienen fibra dietética y son una fuente de minerales, tales como potasio, calcio, magnesio y fósforo. Tienen un bajo contenido en sodio.

Por otra parte, hoy en día, muchos alaban sus virtudes, así que no es de extrañar que la demanda de dátiles esté al alza, como confirma Joey Deen, de Denimpex. "Cada vez más personas están descubriendo esta fruta que contiene tantos nutrientes y sacia el hambre". Su empresa lleva años importando dátiles de diversos tipos y calibres, con diversos envases y países de origen, incluidos los famosos dátiles Medjool frescos. "Siguen siendo productos bastante caros y todavía no han dejado de considerarse un delicatessen, pero, si la industria siguiera un poco más la tendencia hacia los productos saludables, la situación podría cambiar", sugiere Deen.

De otro lado, Túnez ha sido el principal proveedor a nivel mundial en los últimos años y la principal variedad producida allí es el dátil Deglet Nour. Este es un dátil semi-seco y es la segunda mejor variedad en el mercado internacional. Los dátiles Deglet Nour también se producen en Argelia, Israel y Estados Unidos. El dátil Medjool, es visto como la mejor variedad a nivel internacional, y se produce en Marruecos, Israel, Estados Unidos, Arabia Saudita, Jordania y el Estado de Palestina. El principal mercado en Europa es para los dátiles deshuesados.

Los dátiles se subdividen comercialmente hablando en "soft's", "semi-secos" y "secos", por sus cualidades externas de textura y flexibilidad en la etapa de maduración completa. En Francia y otros países europeos, se comercializan como productos secos.

Este estudio busca identificar las oportunidades para los dátiles en el mercado francés, por el rol que este mercado juega en el mercado internacional, a nivel de demanda y oferta. En términos de demanda se identificaron mercados para el consumo interno y para re-exportación.

A continuación, se detalla la partida arancelaria bajo la cual se importa este producto desde Francia, así como los impuestos que se pagan para poder ingresar a este mercado:

Tabla 1 Francia: Partida Arancelaria de dátiles

Partida Francia	Descripción	Arancel para Perú	Otros países	IVA
0804 10	Dátiles	0.0%	2.8%	5.5%

Fuente: Export helpdesk / Elaboración: Inteligencia de mercados. Promperú

1) Variedades

Variedad	Presentación	Tipo	Características	Comentarios
Deglet Nour		El Deglet Nour, el dátil de la luz, es muy apreciado por sus características intermedias, ya que se puede comer al natural o emplearse tanto en la elaboración de platos salados como de recetas dulces.	Es un dátil tierno, pero de carne más firme que otros, semiseco, no demasiado dulce. Su sabor es equilibrado, con aromas de nuez y miel. Al no presentar una humedad muy alta es además un fruto que se conserva muy bien durante mucho tiempo sin necesidad de refrigeración.	Esta variedad de dátil es una de las más se comercializan en todo el mundo.
Medjool	 Fuente: Agrícola Athos	El dátil Medjool es uno de los más apreciados por su tamaño y sabor	Es extremadamente dulce y muy húmedo, tierno y jugoso. Sus ejemplares pueden alcanzar más de 5 cm de longitud. En su momento óptimo de maduración presenta una piel muy oscura, arrugada y muy blanda al tacto, de tal modo que incluso la piel se desprende fácilmente. Su sabor tiene matices tostados, con toques de caramelo.	Estos dátiles son los más usados para repostería y la elaboración de diferentes dulces. Al tener una carne tan tierna y húmeda, es habitual triturarlos sin el hueso para obtener una pasta que puede sustituir al azúcar o la miel en determinadas preparaciones.

Khadrawy			<p>Esta variedad de dátil es algo más pequeña que las anteriores pero también más jugosa. La carne interior es muy blanda y muy dulce, con un sabor que puede recordar a la miel conforme el fruto ha ido madurando.</p>	<p>La humedad de su interior contrasta con la piel que lo recubre. Cuando el dátil ha madurado bien, la piel es de tonos oscuros y su textura se vuelve seca y quebradiza, como si fuera papel grueso.</p>
Halawy			<p>El Halawy es otro dátil de calibre pequeño y ofrece una piel mucho más suave y delicada. Este fruto, en su punto óptimo de maduración, tiene un sabor dulce que recuerda más a caramelos de mantequilla que a los típicos sabores tostados de otros dátiles.</p>	<p>No es una variedad fácil de encontrar pero quizá es de los más recomendables para degustar al natural, gracias a su textura más ligera. La carne es pastosa, cremosa, casi se derrite en la boca. Es muy parecido a la variedad Hadrawi.</p>
Barhi	 <p data-bbox="571 1018 734 1038">Fuente: Agrícola Athos</p>		<p>El dátil Barhi se puede comer fresco gracias a su bajo contenido en taninos. En este estado es de textura firme y piel crujiente, casi como una manzana. Al dejarlo madurar al aire se va volviendo más tierno y jugoso, pero nunca alcanza el nivel de dulzor típico de otras variedades. Su sabor recuerda a especias como la canela o el coco.</p>	<p>Se trata de uno de los dátiles más complicados de encontrar en el mercado fuera de sus regiones de producción, ya que habitualmente se consume cuando todavía está fresco, antes del proceso de maduración y secado natural que presentan las demás variedades de dátiles. Se recolecta cuando presenta una piel firme y un color amarillo pálido, y se vende y se consume en pocas semanas.</p>

Golden Peruvian	 <p>Fuente: Agrícola Athos</p>		<p>Con un sabor irresistible y mayor tamaño que el Deglet Nour, el Golden Peruvian está disponible en ramas y a granel.</p>	<p>Una variedad especial propia del desierto de Ica</p>
Zahidi			<p>La variedad Zahidi es ideal para aquellos que no busquen un dátil demasiado dulce. Este fruto presenta aromas a fruto seco, con toques de cacahuete, recordando ligeramente a los orejones e albaricoque. Al ser menos dulce también es de carne más firme.</p>	

2) INDICADORES DE PRODUCTIVIDAD

Según la FAO, entre el 2010 y 2014, el área cosechada de dátiles en el mundo alcanzó anualmente los 1.1 millones de hectáreas, siendo Iraq, Argelia, Irán, Arabia Saudita y Pakistán, los países con mayor contribución (64%) en el área cosechada en términos globales. Asimismo, según la International Nut and Driest Fruit Council, se estima que en el 2014, la producción mundial de dátiles llegó a 7.5 millones de toneladas (incluyendo dátiles para consumo y dátiles usados para propósitos industriales). Arabia Saudita (17%), Egipto (16%), EAU (14%) e Irán (11%) han sido los principales productores mundiales.

De otro lado, si analizamos otros indicadores de productividad como rendimiento o producción, se observa que Egipto, Albania, China alcanzaron en promedio las 34 toneladas por hectárea, 14.9 tm/ha y 13.2 tm/ha para cada uno respectivamente, convirtiéndose en los líderes.

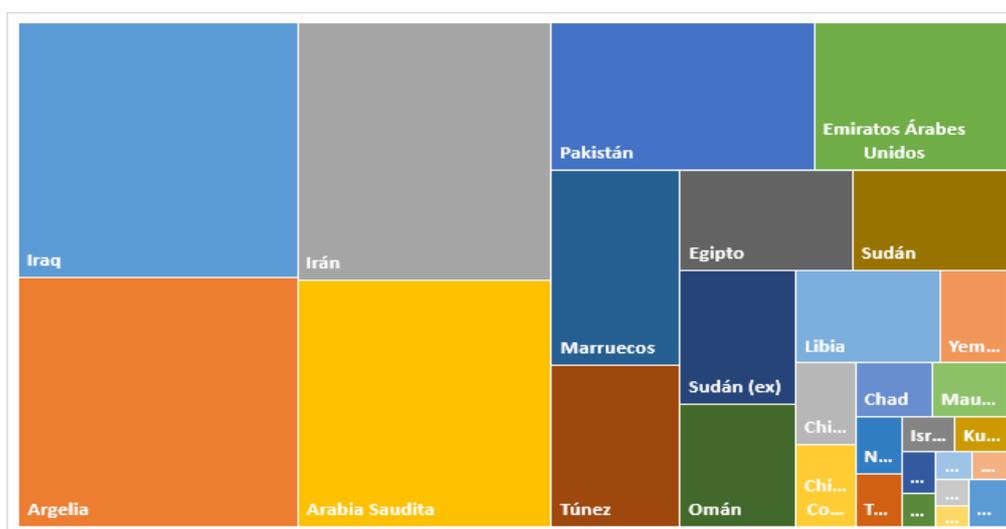
Tabla 2. Indicadores promedio anuales de productividad de dátiles en el mundo. Período: 2010 - 2014

Países	Rendimiento (tm/ha)	Área cosechada (ha)	Producción (Miles tm)
Egipto	34.0	40,812	1,384
Albania	14.9	1,558	12
China	13.2	11,491	152
China, Cont.	13.2	11,491	152
Sudán	11.9	36,597	437
Siria	10.5	368	4
Qatar	10.1	2,440	25
Kuwait	9.8	4,294	44
Israel	9.5	4,339	39
Omán	8.8	33,105	292
Mundo	265.1	1,133,551	7,617

Fuente: FAO / Elaboración: Inteligencia de mercados. Promperú

Es importante, rescatar casos como el de Siria, que con poca área cosechada y de producción, sumado a las circunstancias socio-políticas en las que se encuentra envuelta, logra tener rendimientos superiores (10.5 tm/ha), superando incluso a mercados como Israel u Omán. Lo mismo sucede con el caso de Tunes, cuya producción es relativamente pequeña (188 mil tm anuales en el período de análisis), pero que se destina principalmente a atender el mercado internacional (más del 60% de su producción), llegando a convertirse en la actualidad en uno de los principales jugadores en el mercado global.

Gráfico 1. Distribución del área cosechada promedio (has) de dátiles. Período: 2010 - 2014



Fuente: FAO / Elaboración: Inteligencia de mercados. Promperú

III. REQUISITOS DE INGRESO

1) REGULACIONES Y NORMAS DE INGRESO

Tabla 3

Organismo que Normaliza	Título de Ley, Norma, Reglamento	Fecha de Publicación	Link
FAO	Codex Alimentarius Standard for Dates	1985	Standard for Dates (CODEX STAN 143-1985)
European Commission - Agricultural and rural development	Commission Implementing Regulation	Junio, 2011	Commission Implementing Regulation (EU) No. 543/2011
The United Nations Economic Commission for Europe (UNECE)	UNECE Standard	2015	UNECE Standard DDP-08
The United Nations Economic Commission for Europe (UNECE)	UNECE Standard for Dry and Dried Produce	2015	UNECE Standards for Dry and Dried Produce
European Commission	Trazabilidad, cumplimiento y responsabilidad en los alimentos	Enero 2002	General Food Law (Regulation (EC) 178/2002)
European Commission - Food	Etiquetado de productos alimenticios	Octubre 2011	Regulation (EU) No 1169/2011

Fuente: Export helpdesk / Elaboración: Inteligencia de mercados. Promperú

Se debe tener en cuenta que adicionalmente a las normas establecidas en el cuadro anterior, cada país miembro es libre de solicitar algún otro tipo de requisito para el ingreso a su mercado. Para mayor información ingresar a la sección 'Mi exportación' y 'Requisitos' del portal Europeo Exporthelpdesk. (<http://exporthelp.europa.eu/thdapp/index.htm?newLanguageId=ES>)

2) ESTÁNDARES Y CERTIFICACIONES

Tabla 4

Logo	Nombre de la certificación	Descripción	Web
	HACCP	El Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control (APPCC o HACCP, por sus siglas en inglés) es un proceso sistemático preventivo para garantizar la inocuidad alimentaria de forma lógica y objetiva. Es de aplicación en industria alimentaria y otras industrias. En él se identifican, evalúan y previenen todos los riesgos de contaminación de los productos a nivel físico, químico y biológico a lo largo de todos los procesos de la cadena de suministro, estableciendo medidas preventivas y correctivas para su control tendientes a asegurar la inocuidad.	http://ec.europa.eu/food/fv/o/news_detail.cfm?id=39
	Certificación orgánica: Demeter	Certificación biodinámica y considerado como el más alto grado de la agricultura ecológica en el mundo. DEMETER directrices deben cumplirse en toda la cadena de producción de la granja al mercado de exportación	www.bio-dynamie.org
	International Featured Standards (IFS): Food	Corresponde a la norma ISO 9001, pero con un enfoque en la seguridad alimentaria, APPCC, higiene, el proceso de fabricación y de negocios entorno	http://www.standardsmap.org/review.aspx?standards=167
	British Retail Consortium (BRC)	institución privada que promueve las normas privadas (BRC), que contienen más extensas normas sobre Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) que HACCP, por ejemplo sobre la organización y la comunicación.	http://www.standardsmap.org/review.aspx?standards=4
	ISO 22000	Combina el plan HACCP con un programa de requisitos previos (PRP). En él se especifica los requisitos para un sistema de gestión de seguridad alimentaria a lo largo de la cadena alimentaria, hasta el punto de consumo final.	http://www.iso.org/iso/home/standards/management-standards/iso22000.htm
	FSSC 22000	Se basa en las normas internacionales vigentes ISO 22000 e ISO / TS 22002-1.	http://www.standardsmap.org/review.aspx?standards=26

Fuente: ITC Standar Map / Elaboración: Inteligencia de mercados. Promperú

IV. ANÁLISIS DE COMPETENCIA Y DEL MERCADO

1) EL MERCADO FRANCÉS DE DÁTILES

Tradicionalmente en Europa, los dátiles fueron principalmente consumidos por las comunidades originarias del Oriente Medio y África del Norte. El consumo es aun particularmente alto durante el Ramadán, mes de ayuno en el islam. Los dátiles se consumen por los musulmanes cuando rompen su ayuno, como la primera de sus comidas después de que el sol se ha puesto.

Sin embargo, más recientemente, los dátiles se han vuelto más populares entre otras comunidades europeas también. Esto es impulsado por la tendencia hacia una vida más saludable. En general, las frutas secas están reemplazando cada vez más aperitivos poco saludables tales como: galletas, snacks y papas fritas.

Esto ha llegado al punto de que los dátiles, ya son considerados en mercados como el alemán, como los nuevos superfoods. En ese sentido, hay una gran cantidad de información acerca de los beneficios para la salud aclamados por esta fruta. Cada vez más, los consumidores comen dátiles como una merienda saludable.

De otro lado, de acuerdo a The International Nut and Dried Fruit Council, el consumo de dátiles en Francia, se estima que pasaron de 2.5 a 4.6 miles de toneladas, entre el 2009 y 2013. Esto se traduce en un promedio de consumo per cápita de 260 a 500 gramos en Francia. Asimismo, según Euromonitor, se estima que las líneas de frutas crezcan anualmente en promedio 0.9% entre el 2015 y 2020, y que el consumo de estas bordee los 2.7 millones de toneladas para el final de período. En el caso de las nueces se estima que crezcan alrededor de 2.3% anual llegando a un consumo de 37 mil toneladas hacia 2020.

Tabla 5. Pronósticos de crecimientos para líneas de Alimentos en Francia, 2015 - 2020

Category	Ventas (Miles TM)		Var%		
	2016	2020	2015/16	TCP 2015-20	2015/20
Eggs	757.1	759.7	-0.7	-0.1	-0.4
Fish and Seafood	316.6	309.7	-0.1	-0.5	-2.2
Fruits	2,622.1	2,713.4	0.9	0.9	4.4
Meat	3,393.9	3,303.5	-0.4	-0.6	-3.1
Nuts	34.2	37.2	2.9	2.3	11.9
Pulses	91.0	95.1	1.7	1.2	6.3
Starchy Roots	2,154.7	2,219.4	0.5	0.7	3.5
Sugar and Sweetene	454.7	437.7	-2.2	-1.2	-5.9
Vegetables	2,809.4	2,864.9	0.1	0.4	2.1
Fresh Food	12,633.8	12,740.7	0.1	0.2	0.9

Fuente: Euromonitor / Elaboración: Inteligencia de mercados. Promperú

De otro lado, desde la perspectiva de la realidad económica, se puede indicar que Francia viene creciendo de manera discreta en los últimos años, pues solo en el 2016, el crecimiento de su PBI real alcanzó el 1.2%, motivado por una tasa de inflación que bordeó el 0.2%. un índice de precios al consumidor sigue una tendencia creciente, y que tan solo en 2016, llegó a los 106 puntos. Este comportamiento, se traslada de manera similar hacia sus principales ciudades, donde puede apreciarse que ciudades como París, Lyon, Marsell y Lille, presentan un comportamiento similar al del país

Tabla 6. Indicadores económicos en principales ciudades

Ciudad	Población (millones)	PBI Nominal (Billones US\$)	PBI Nominal per Capita (US\$)	Densidad Población (pers/km2)	Crec. PBI Real	Area (km2)
Paris	12.1	727	60,200	1,000	1.2	12,012
Lille	2.6	83	31,800	450	0.5	5,743
Marseille	1.9	87.2	43,700	471	0.7	4,231
Lyon	1.8	89.4	48,490	565	1.3	3,249

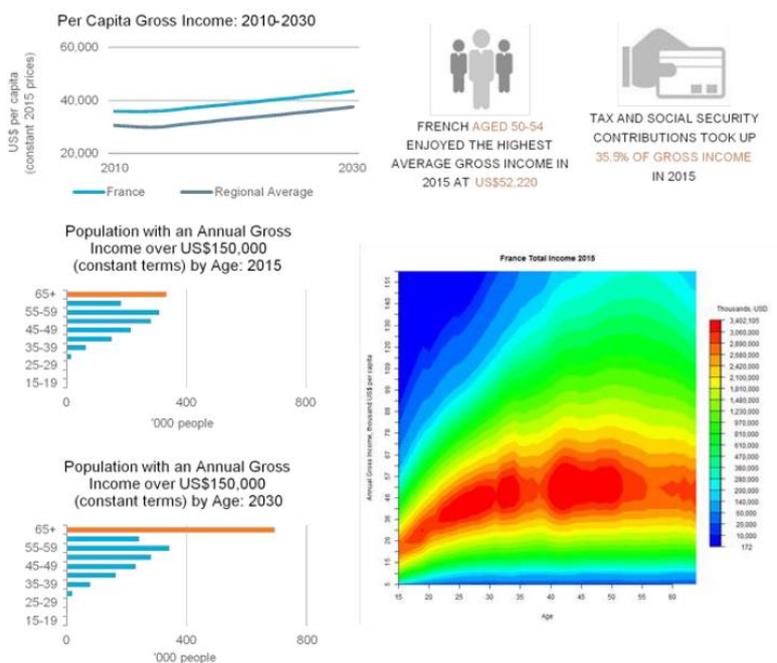
Fuente: GlobalData / Elaboración: Inteligencia de mercados. Promperú

Los niveles de ingresos brutos per cápita de Francia registraron un ligero crecimiento entre 2010 y 2015 (reflejo de la debilidad de la economía francesa durante este período), aunque se recuperaron ligeramente en 2015, apoyados por un estímulo monetario considerable del Banco Central Europeo. En 2015, los franceses en el grupo de edad 50-54 comandaron el ingreso bruto promedio más alto. Sin embargo, como proporción de individuos con un ingreso bruto anual de más de US \$ 150.000 (es decir, la banda de ingresos más alta), el segmento de edad 65+ era más frecuente, situación que se espera se acentúe en el largo plazo (debido al proceso de envejecimiento de la población francesa). Esto continuará impulsando la demanda de bienes y servicios en categorías, incluyendo bienes de salud y servicios médicos, ocio y recreación, y paquetes de vacaciones, dirigidos al segmento premium; sin olvidar la búsqueda por una alimentación saludable.

La mayor concentración de ingresos brutos totales en Francia puede ser observada en tres segmentos de edad diferentes: 18, 22-34 (ambos debido al engrosamiento de la población) y 39-52 (debido tanto a sus niveles promedio relativamente altos de ingreso bruto así como al número de individuos dentro de este grupo de edad). Asimismo, se tuvo que, en 2015 el promedio anual de ingreso disponible por hogar urbano fue de US\$ 52,043

En la gráfica siguiente, puede apreciarse los estimados de ingreso per cápita a los que llegará la población francesa en los próximos 15 años, según Euromonitor.

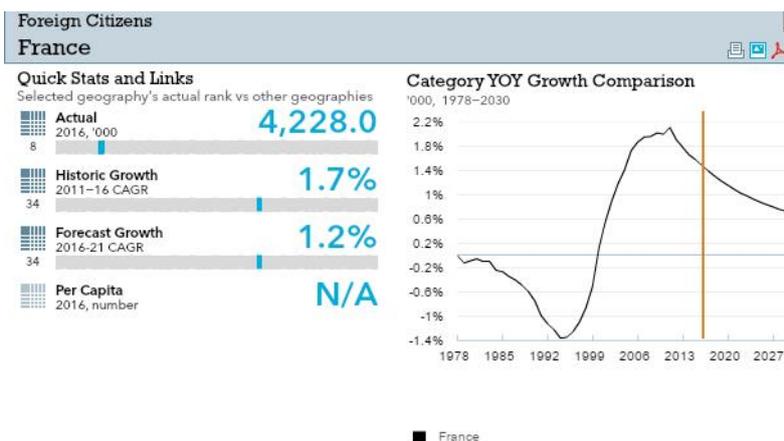
Gráfico 2. Distribución del ingreso bruto en Francia



Fuente: Euromonitor / Elaboración: Inteligencia de mercados. Promperú

Desde la perspectiva sociodemográfica, la población de Francia bordeó en los últimos años, alrededor de 64 a 66 millones de personas, con un crecimiento anual de 0.4% y debido a la creciente desigualdad de ingresos en Francia, las clases sociales E y A fueron las de más rápido crecimiento entre 2010 y 2015, un patrón que se prevé persistir hasta 2030. Si a ello le sumamos que según Euromonitor y GlobalData, Francia posee alrededor de 4.2 millones de ciudadanos extranjeros con una tendencia histórica de crecimiento del 1.7% anual, de este total existen 1.8 millones de personas practican la religión musulmana, podemos tener una idea general de las perspectivas del mercado de dátiles en los próximos años

Gráfico 3. Total de ciudadanos extranjeros en Francia



Fuente: Euromonitor / Elaboración: Inteligencia de mercados. Promperú

2) ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA INTERNACIONAL

Desde el lado de la oferta global, en los últimos 5 años, tanto Túnez, Israel, Arabia Saudita, Irán y Emiratos Árabes Unidos han representado un 61% del total de la oferta mundial, que tan solo en el último año superó los US\$ 1,136 millones en términos de valor exportado, mientras que en términos de volumen esta llegó a superar las 872 mil toneladas, creciendo anualmente a un ritmo del 2%. Es importante notar que, en este top de proveedores mundiales, solo Israel, que es el segundo principal exportador mundial, presenta indicadores de rendimiento importantes en el tema de productividad, lo que le ha permitido que su oferta exportable mantenga un crecimiento del 13% anual.

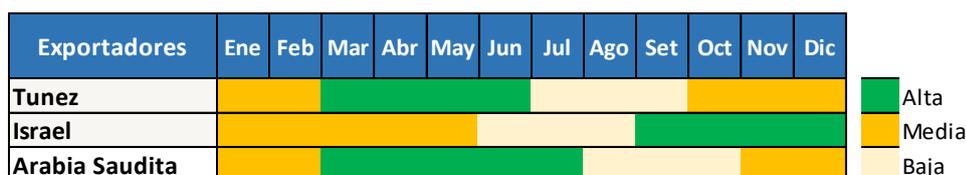
Tabla 7. Principales proveedores mundiales de dátiles

Mercado	Valores US\$ (Millones)							Volúmen (Miles Toneladas)					
	2011	2012	2013	2014	2015	% Part 11 - 15	TCP 11 - 15	2011	2012	2013	2014	2015	TCP 11 - 15
Mundo	945	1,066	1,163	1,170	1,136	100%	5%	790	1,276	1,260	1,025	872	2%
Túnez	212	221	234	229	227	21%	2%	87	101	106	87	103	4%
Israel	86	112	132	151	139	11%	13%	37	45	53	65	45	5%
Arabia Saudita	83	75	103	130	136	10%	13%	72	64	96	132	120	14%
Emiratos Árabes Unidos	-	129	135	166	96	9%	-9%	-	304	269	319	88	-34%
Irán	178	89	98	98	93	10%	-15%	128	123	132	128	117	-2%
Pakistán	64	81	86	80	83	7%	7%	113	164	169	118	131	4%
Iraq	-	-	-	6	63	1%	-	-	-	-	21	148	-
Estados Unidos	33	39	46	47	55	4%	13%	6	6	7	7	9	11%
Argelia	25	26	30	39	35	3%	8%	28	20	21	26	29	0%
Resto	264	294	300	224	209	24%	-6%	319	447	408	122	83	-29%

Fuente: Trademap / Elaboración: Inteligencia de mercados. Promperú

Ahora bien, si analizamos las ventanas comerciales, en donde encontramos principalmente a los 3 grandes proveedores mundiales, lo primero que podemos concluir es que existe presencia del producto todo el año, sin embargo, la campaña fuerte en el caso de Túnez y Emiratos árabes se da entre Marzo y Julio, donde se concentra más de la mitad de sus exportaciones, mientras que en el caso de Israel es Setiembre – Diciembre.

Tabla 8. Ventana comercial de principales proveedores



Fuente: Trademap / Elaboración: Inteligencia de mercados. Promperú

Respecto del lado de la demanda global, en los últimos 5 años, esta ha superado anualmente los US\$ 1,030 millones creciendo a una tasa de 6% anual en valor. Respecto del volumen, este también ha presentado un crecimiento anual del 3% aproximándose anualmente al millón de toneladas importadas a nivel global. Sin embargo, hay que tener presente que, en los últimos años, se ha venido presentando una sobre oferta en el mercado. De otro lado, es importante, notar que, en los últimos cinco años, tanto India, Marruecos, Francia, Estados Unidos, Reino Unido y Emiratos Árabes han representado el 46% del total importado anualmente. La demanda de Francia, 3ra en ranking de importaciones, ha venido creciendo anualmente en valor a un ritmo del 2%, mientras que, en términos de volumen, ha venido creciendo a una tasa anual de 6%. Se espera que esta tendencia no cambie en el corto plazo.

Tabla 9. Principales compradores mundiales de dátiles

Exportadores	Valores US\$ (Millones)							Volumen (Miles Toneladas)					
	2011	2012	2013	2014	2015	% Part 11 - 15	TCP 11 - 15	2011	2012	2013	2014	2015	TCP 11 - 15
Mundo	869	914	1,053	1,218	1,095	100%	6%	783	974	1,047	1,163	891	3%
India	141	113	183	199	189	16%	8%	256	247	312	337	314	5%
Marruecos	69	84	78	105	110	9%	12%	40	58	47	62	70	15%
Francia	69	67	74	77	74	7%	2%	26	28	32	30	33	6%
Estados Unidos	30	33	36	46	61	4%	23%	21	23	25	31	51	31%
Reino Unido	36	32	39	52	53	4%	10%	14	12	16	20	20	9%
Alemania	34	29	33	41	46	4%	8%	12	11	12	13	17	10%
Malasia	34	47	47	56	46	4%	- . -	16	20	19	22	19	- . -
Canadá	27	26	30	34	36	3%	8%	9	9	10	11	11	5%
Emiratos Árabes Unidos	-	104	102	112	35	7%	-31%	-	242	224	248	22	-55%
Indonesia	21	26	37	37	30	3%	10%	20	23	29	31	21	1%
Resto	408	354	393	458	416	40%	0%	368	301	321	360	314	-4%

Fuente: Trademap / Elaboración: Inteligencia de mercados. Promperú

En los últimos años, la demanda de Francia ha sido copada prácticamente por Túnez, Argelia e Israel que en conjunto representan más del 90% de las importaciones francesas, tanto en términos de valor y volumen. En el último año, esta demanda llegó a US\$ 77 millones, manteniendo el crecimiento promedio de 4% presentado entre el 2012 y 2016. En términos de volumen, este también viene creciendo a una tasa promedio 5% anual, llegando en el último año alrededor de 34 mil toneladas. Vale destacar que en los últimos años, las colocaciones de Argelia e Israel vienen creciendo a un ritmo de 10% en términos del volumen.

Tabla 10. Principales proveedores del mercado francés

Proveedores	Valores US\$ (Millones)							Volúmen (Toneladas)					
	2012	2013	2014	2015	2016	% Part 12 - 16	TCP 12 - 16	2012	2013	2014	2015	2016	TCP 12 - 16
Total Francia	67	74	77	74	77	100%	4%	28,373	32,102	29,552	32,662	33,925	5%
Túnez	34	34	31	31	32	44%	-1%	16,162	18,103	13,327	15,397	15,963	0%
Argelia	17	20	25	23	23	29%	7%	9,386	10,708	12,890	13,766	13,858	10%
Israel	9	15	15	12	14	18%	10%	1,759	2,233	2,304	2,153	2,557	10%
Palestina	2	0	1	2	2	2%	-5%	278	64	90	239	274	0%
Irán	0	0	1	1	1	1%	26%	93	94	149	203	232	26%
Sudáfrica	1	1	1	1	1	2%	0%	146	132	95	192	163	3%
Estados Unidos	1	1	1	1	1	1%	14%	50	60	77	117	103	20%
Países Bajos	0	0	0	0	1	0%	106%	5	4	27	46	92	107%
Jordania	0	0	1	0	1	0%	61%	42	94	134	52	156	39%
Saudita	0	0	0	0	0	0%	66%	6	22	4	62	160	127%
Resto	2	1	2	1	1	2%	-4%	446	588	455	435	367	-5%

Fuente: Trademap / Elaboración: Inteligencia de mercados. Promperú

Otro dato importante de resaltar, es que si comparamos la participación de lo que ha venido exportando anualmente Francia al mundo entre 2010 – 2015 (US\$ 33 millones), este ha representado un 45% respecto del promedio anual de la demanda francesa. El volumen colocado por Francia anualmente en el mismo período (11,600 toneladas), representó a su vez un 39% del total importado por este mercado. Este mercado de re-exportación dirige su atención principalmente hacia la zona europea (79%), teniendo como principal destino España (US\$ 7 millones), Alemania (US\$ 6 millones), Reino Unido (US\$ 5 millones), entre otros.

Tabla 11. Mercados destino para re-exportaciones de Francia

Importadores	Valores US\$ (Millones)							Volúmen (Toneladas)					
	2012	2013	2014	2015	2016	% Part 12 - 16	TCP 12 - 16	2012	2013	2014	2015	2016	TCP 12 - 16
Total Francia	31	32	32	34	38	100%	5%	11,754	10,977	11,817	12,418	13,031	3%
España	5	6	6	9	9	21%	15%	1,862	1,881	1,967	2,897	2,898	12%
Alemania	6	5	6	7	8	19%	8%	2,795	2,052	2,878	2,836	3,660	7%
Reino Unido	6	7	5	4	4	16%	-8%	1,866	2,080	1,081	1,329	1,238	-10%
Bélgica	3	4	4	4	4	11%	10%	1,064	1,149	1,235	1,352	1,559	10%
Países Bajos	4	4	3	4	4	11%	2%	1,491	1,485	1,855	1,556	1,377	-2%
Italia	1	2	2	2	2	5%	17%	463	653	1,103	572	526	3%
Grecia	1	1	1	1	1	4%	3%	523	499	744	514	505	-1%
Suiza	1	1	1	1	1	2%	5%	226	186	183	149	200	-3%
Polonia	0	0	0	1	1	1%	28%	109	82	124	161	183	14%
Emiratos Árabes U	-	0	0	0	0	1%	244%	-	2	1	2	25	132%
Resto	3	3	2	3	2	8%	-9%	1,355	908	646	1,050	860	-11%

Fuente: Trademap / Elaboración: Inteligencia de mercados. Promperú

V. TRANSPORTE Y LOGÍSTICA

1) MEDIOS DE TRANSPORTE

Tabla 12

Vía	Ruta	Distancia media entre los países socios (Km)	(Aero) Puerto de origen	(Aero) Puerto de destino	Tiempo de Transporte	Frecuencia de salida
Marítimo	De Perú a Francia	9,795	Callao	Le Havre	32 días	Semanal
Marítimo	De Tunes a Francia	3,705	Tunis	Le Havre	6 días	-
Marítimo	De Israel a Francia	3,756	Haifa	Le Havre	10 días	-
Marítimo	De Arabia Saudita a Francia	2,019	Jeddah	Le Havre	12 días	-
Aérea	De Perú a Francia	9,795	Callao	Paris	33 horas	Diario

Fuente: [Rutas Marítimas](#); [Searates](#) . / Elaboración: Inteligencia de mercados. Promperú

2) FLETES

Los costos promedio asignados al transporte de contenedores desde el terminal de (aero) puerto del Callao hacia Le Havre, a febrero de 2017, se presentan en el siguiente cuadro. Sin embargo, no olvidar que estos son referenciales y pueden estar sujetos a cambios. Asimismo, en el caso de las tarifas de mercados externos, estos costos incluyen transporte al interior de cada país, según la información que se ha podido encontrar.

Tabla 13

Ruta	Agente de Carga	Medio de Transporte	Unidad	Flete por Contenedor
De Perú a Francia	CMA CGM PERU SAC, MAERSK PERU, MOL PERU SAC, COSMOS, AGUNSA	Marítimo	Contenedor de 20' Contenedor de 40' Contenedor de 40' refrigerado	US\$ 1,500 US\$ 2,300 US\$ 5,000
De Tunes a Francia	-	Marítimo	FCL 20' ST - 1mt	US\$ 4,620
De Israel a Francia	-	Marítimo	FCL 20' ST - 1mt	US\$ 2,915
De Arabia Saudita a Francia	-	Marítimo	FCL 20' ST - 1mt	US\$ 2,987
De Perú a Francia	KLM/AIR CANADA	Aéreo	Por kilo	0-50 kg: US\$ 4.8/Kg 51-100kg: US\$ 3.1/Kg 101-300 Kg: US\$ 2.9/Kg 301-500Kg: US\$ 2.8 Kg 501-1000 Kg: US\$ 2.6/Kg

Fuente: [Rutas Marítimas](#); [Searates](#) . / Elaboración: Inteligencia de mercados. Promperú

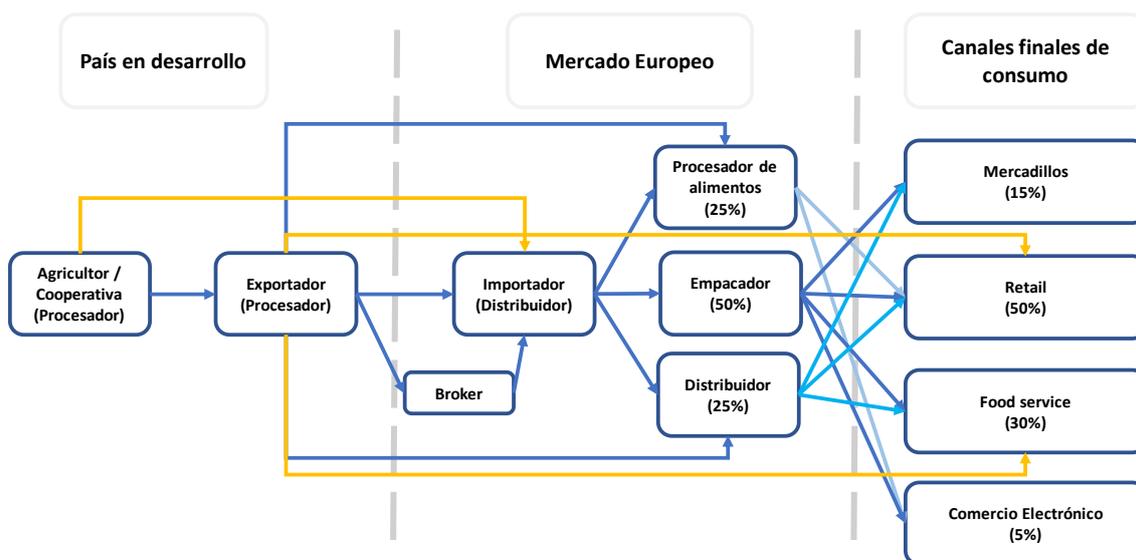
VI. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN

En el gráfico siguiente se ofrece una visión general de los canales de distribución para los dátiles en Europa¹. Los dátiles maduran en el árbol y requieren poco procesamiento en el país de origen. Después de la cosecha, se limpian y clasifican de acuerdo a la calidad y tamaño. A menudo, se deshuesan también. Si los dátiles son dehuesados a mano, necesitan ser pasteurizados antes de ser exportados.

Los dátiles se envasan, ya sea en envases a granel o para consumo final, y se exportan a los mercados europeos o franceses. Los dátiles en envases a granel son re embalados en Francia (u otros países europeos) por los importadores, antes de ser vendidos a los retails. Los dátiles para consumo final se distribuyen generalmente a través de los mayoristas directamente a las cadenas minoristas.

Los dátiles Deglet nour de Túnez no requieren una cadena de frío ya que son dátiles semi-secos. Los dátiles blandos, como Medjool, necesitan ser transportados en una cadena de frío, para prolongar su vida útil y conservar su calidad.

Gráfico 4. Canales de distribución



Fuente: CBI / Elaboración: Inteligencia de mercados. Promperú

1) Comercio a través de importadores / mayoristas

Aparte de las importaciones directas de Túnez, los traders de Países Bajos y Francia desempeñan un papel importante en los suministros de dátiles a Europa (Alemania, etc). Los importadores de dátiles suelen estar especializados en importaciones de frutas y frutos secos, u otros snacks.

¹ Revisar CBI Channels and segments: edible nuts and dried fruits in Europe

Los importadores de dátiles a granel se encargan de las formalidades administrativas necesarias y, a menudo, ofrecen servicios como envasado o reembalaje (por ejemplo, en empaques para el sector retail), transporte y logística para luego vender los productos al mercado minorista.

Los importadores usan a menudo tratamiento de CO₂ contra las plagas de insectos en dátiles orgánicos. Si los productores de dátiles pudiesen tratar sus dátiles con CO₂ también, esto puede ser una ventaja competitiva para ellos.

Los dátiles en envases para consumo final generalmente llegan al mercado a través de importadores mayoristas, que dependen de su red de distribución y envían los productos a varias cadenas minoristas. Los mayoristas pueden ser empresas independientes o integrarse en la estructura operativa del minorista.

2) Retail

En Europa, específicamente Alemania, los dátiles orgánicos suelen venderse a través de supermercados, mercadillos y tiendas especializadas en alimentos orgánicos o étnicos. Los supermercados como Edeka y Rewe venden dátiles tanto orgánicos como convencionales.

VII. PRECIOS

Según el CBI, en un estudio de dátiles orgánicos en Alemania, los dátiles Medjool están entre los dátiles más caros del mercado. Para ilustrar, los precios para esta variedad de Medjool pueden ser dos veces más altos que para los dátiles Deglet Nour. Asimismo, según fuentes del sector, la variedad Deglet Nour de Túnez es de gran calidad, como resultado de ello, los precios pueden ser muy altos en comparación con los dátiles de otros países. Los precios de dátiles tunecinos comunes (tales como: kouat aligh) son bastante bajos en comparación con los precios de otros países productores

Los precios de importación de los dátiles pueden variar hasta diez veces dependiendo de la variedad, origen, empaque y calidad de los dátiles involucrados.

Para Joey Deen de Denimpex, los dátiles estadounidenses son más jugosos y tienen una vida útil más larga. "Los dátiles estadounidenses se clasifican a mano, lo que mejora mucho la calidad, pero son mucho más caros que los israelíes, ya que una caja de 5 kg ronda los 60 €. Por otra parte, los israelíes se clasifican a máquina y cuestan entre 37 y 39 € la caja, dependiendo del calibre. También recibimos dátiles mexicanos". Algunos de los mercados de exportación más importantes son Alemania, Bélgica, Italia y Francia. Deen percibe que la mayoría de consumidores de dátiles pertenece a las minorías étnicas, por lo que la mayor demanda se da durante el ramadán.

Otra referencia de precios, por ejemplo, en Alemania los precios al por menor para los dátiles orgánicos Deglet Nour oscilan entre 1,00 € y 1,40 € por cada 100 gramos. Los dátiles Deglet Nour convencionales, no impregnados, también se venden en supermercados de descuento con precios tan bajos como € 0,35 por cada 100 gramos.

A continuación se presentan tablas de precios de importación en mercados como el francés y el americano de varios orígenes.

Tabla 14. Precios de importación de dátiles en mercados europeos

Fecha	Mercado	Origen	Variedad	Medida	Precio
Sem 24, 2016	Francia	Argelia	Deglet Nour	5 Kgr	€ 5.20
		Israel	Medjool	5 Kgr	€ 11.00
	Países Bajos	Argelia	-	5 Kgr	€ 2.75
		Israel	Medjool	5 Kgr	7.2 - 7.55
		Perú	Golden	5 Kgr	€ 4.00
		Tunisia	Kouat Aligh	5 Kgr	€ 1.80
		Sudáfrica	Medjool	5 Kgr	8.70 - 9.70

Fuente: ITC Market Insider / Elaboración: Inteligencia de mercados. Promperú

Tabla 15. Precios en terminal market - Estados Unidos

Fecha	Mercado	Origen	Variiedad	Medida	Precio Min	Precio Max
1/04/2016	BALTIMORE	CALIFORNIA	Medjool	cartons 24 10-oz cups pitted	\$ 42.00	\$ 42.00
		ISRAEL	Medjool	11 lb cartons loose	\$ 48.00	\$ 48.00
	BOSTON	CALIFORNIA	Medjool	11 lb cartons loose	\$ 58.00	\$ 58.00
	CHICAGO	ARIZONA	Medjool	11 lb cartons loose	\$ 155.50	\$ 156.50
		CALIFORNIA	Medjool	15 lb cartons loose	\$ 56.00	\$ 56.00
	DETROIT	CALIFORNIA	Medjool	11 lb cartons loose	\$ 50.00	\$ 50.00
	LOS ANGELES	CALIFORNIA	Medjool	11 lb cartons loose	\$ 62.00	\$ 64.00
	MONTREAL, QUE	UNITED STATES	Medjool	11 lb cartons loose	\$ 54.10	\$ 55.18
	NEW YORK	CALIFORNIA	Medjool	15 lb cartons loose	\$ 96.00	\$ 96.00
ISRAEL		Medjool	5 kg cartons	\$ 88.00	\$ 88.00	
SAN FRANCISCO	CALIFORNIA	Medjool	11 lb cartons loose	\$ 100.00	\$ 100.00	
06/30/2016	BALTIMORE	ISRAEL	Medjool	5 kg cartons	\$ 48.00	\$ 48.00
	BOSTON	CALIFORNIA	Medjool	11 lb cartons loose	\$ 58.00	\$ 58.00
	CHICAGO	ARIZONA	Medjool	11 lb cartons loose	\$ 74.00	\$ 74.00
		CALIFORNIA	Medjool	11 lb cartons loose	\$ 36.00	\$ 36.00
			Medjool	15 lb cartons loose	\$ 104.50	\$ 104.50
	DETROIT	CALIFORNIA	Medjool	11 lb cartons loose	\$ 54.00	\$ 55.00
	LOS ANGELES	CALIFORNIA	Medjool	11 lb cartons loose	\$ 62.00	\$ 64.00
	NEW YORK	CALIFORNIA	Medjool	11 lb cartons loose	\$ 34.00	\$ 34.00
			Medjool	15 lb cartons loose	\$ 96.00	\$ 96.00
		Medjool	cartons 12 12-oz cups pitted	\$ 38.00	\$ 39.00	
	ISRAEL	Medjool	5 kg cartons	\$ 126.00	\$ 126.00	
SAN FRANCISCO	CALIFORNIA	Medjool	11 lb cartons loose	\$ 158.00	\$ 166.00	
12/30/2016	ATLANTA	CALIFORNIA	Medjool	15 lb cartons loose	\$ 57.50	\$ 57.50
	BALTIMORE	CALIFORNIA	Medjool	11 lb cartons loose	\$ 48.00	\$ 48.00
	BOSTON	CALIFORNIA	Medjool	11 lb cartons loose	\$ 58.00	\$ 58.00
	CHICAGO	CALIFORNIA	Medjool	11 lb cartons loose	\$ 36.00	\$ 36.00
			Medjool	15 lb cartons loose	\$ 104.50	\$ 104.50
	DALLAS	CALIFORNIA	Medjool	11 lb cartons loose	\$ 46.00	\$ 46.00
	DETROIT	CALIFORNIA	Medjool	11 lb cartons loose	\$ 54.00	\$ 55.00
	LOS ANGELES	CALIFORNIA	Medjool	11 lb cartons loose	\$ 63.00	\$ 66.00
	NEW YORK	CALIFORNIA	Medjool	11 lb cartons loose	\$ 34.00	\$ 34.00
		Medjool	15 lb cartons loose	\$ 90.00	\$ 90.00	
		Medjool	cartons 12 12-oz cups pitted	\$ 38.00	\$ 39.00	
	ISRAEL	Medjool	5 kg cartons	\$ 126.00	\$ 128.00	
SAN FRANCISCO	CALIFORNIA	Medjool	11 lb cartons loose	\$ 166.00	\$ 166.00	
1/03/2017	ATLANTA	CALIFORNIA	Medjool	15 lb cartons loose	\$ 57.50	\$ 57.50
	BALTIMORE	CALIFORNIA	Medjool	11 lb cartons loose	\$ 48.00	\$ 48.00
	BOSTON	CALIFORNIA	Medjool	11 lb cartons loose	\$ 58.00	\$ 58.00
	CHICAGO	CALIFORNIA	Medjool	11 lb cartons loose	\$ 36.00	\$ 36.00
			Medjool	15 lb cartons loose	\$ 104.50	\$ 104.50
	DALLAS	CALIFORNIA	Medjool	11 lb cartons loose	\$ 46.00	\$ 46.00
	DETROIT	CALIFORNIA	Medjool	11 lb cartons loose	\$ 54.00	\$ 55.00
	LOS ANGELES	CALIFORNIA	Medjool	11 lb cartons loose	\$ 63.00	\$ 66.00
	NEW YORK	CALIFORNIA	Medjool	11 lb cartons loose	\$ 34.00	\$ 34.00
		Medjool	15 lb cartons loose	\$ 90.00	\$ 90.00	
		Medjool	cartons 12 12-oz cups pitted	\$ 38.00	\$ 39.00	
	ISRAEL	Medjool	5 kg cartons	\$ 126.00	\$ 128.00	
SAN FRANCISCO	CALIFORNIA	Medjool	11 lb cartons loose	\$ 166.00	\$ 166.00	
02/24/2017	ATLANTA	CALIFORNIA	Medjool	15 lb cartons loose	\$ 57.50	\$ 57.50
	BALTIMORE	CALIFORNIA	Medjool	11 lb cartons loose	\$ 48.00	\$ 48.00
	BOSTON	CALIFORNIA	Medjool	11 lb cartons loose	\$ 58.00	\$ 58.00
	CHICAGO	CALIFORNIA	Medjool	11 lb cartons loose	\$ 36.00	\$ 36.00
			Medjool	15 lb cartons loose	\$ 104.50	\$ 104.50
	DALLAS	CALIFORNIA	Medjool	11 lb cartons loose	\$ 46.00	\$ 46.00
	DETROIT	CALIFORNIA	Medjool	11 lb cartons loose	\$ 55.00	\$ 55.00
	LOS ANGELES	CALIFORNIA	Medjool	11 lb cartons loose	\$ 63.00	\$ 66.00
	NEW YORK	CALIFORNIA	Medjool	11 lb cartons loose	\$ 34.00	\$ 34.00
		Medjool	15 lb cartons loose	\$ 90.00	\$ 90.00	
		Medjool	cartons 12 12-oz cups pitted	\$ 38.00	\$ 39.00	
	ISRAEL	Medjool	5 kg cartons	\$ 126.00	\$ 128.00	
SAN FRANCISCO	CALIFORNIA	Medjool	11 lb cartons loose	\$ 118.00	\$ 119.00	
		Medjool	15 lb cartons loose	\$ 48.00	\$ 48.00	

Fuente: USDA Prices – Terminal market / Elaboración: Inteligencia de mercados. Promperú

VIII. OPORTUNIDADES DE VALOR AGREGADO

1) EN EL SECTOR

Algunas de las oportunidades encontradas en el sector de frutas se presentan a continuación.

Variedades del mercado en Arabia Saudita



Fuente: http://bit.ly/datiles_EAU / Elaboración: Inteligencia de mercados. Promperú

Paquetes de dátiles naturales deglet nour, medjool (5kgr)



Paquetes de dátiles procesados deglet nour, medjool (orgánicos)



Otros líneas que están aprovechando los dátiles son la gastronomía, cereales y mueslis para desayunos, barras energéticas, chocolatería, entre muchos otros.



IX. POTENCIAL DEL PRODUCTO PERUANO

1) EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES

En 2016, las exportaciones de dátiles frescos presentaron una tendencia negativa al decrecer en 18%, respecto al año previo, teniendo como principales mercados de destino a Reino Unido (US\$ 93 miles), Francia (US\$ 33 miles), y Países Bajos (US\$ 32 miles). Los envíos al exterior fueron realizados por 2 empresas, ubicadas en Ica y Piura, que con el transcurrir de estos últimos años, ya sobrepasaron las 106 toneladas en términos del volumen exportado.

En el caso de las ventas al mercado francés, durante los últimos tres años, estas se han ido decreciendo hasta alcanzar en 2016 la suma de US\$ 33 mil en valor y 8 TM en volumen, posicionando a este mercado como el destino Nro. 2.

De este monto, el mayor volumen lo representan los dátiles en sus variedades Golden peruvian, Barhi y Medjool. Lo cual va en la misma línea de los mercados internacionales

En conclusión, Perú posee un alto potencial para ingresar dátiles ya que cuenta con productos de calidad, sabor delicioso, nutrientes y vitaminas esenciales, ventajas competitivas como los tipos de suelos, ventanas comerciales y arancel libre para importación de este producto desde Francia. Asimismo, aprovechar los beneficios de los distintos acuerdos comerciales, tipo Alianza del Pacífico, puede ayudar a tener un impulso adicional en la consolidación de nuestra oferta, tanto en Francia como muchos otros mercados de la Unión Europea.

Tabla 16. Exportaciones peruanas de dátiles

Año	Perú - Mundo					Perú - Francia				
	Valor US\$	Var% AA	PESO NETO TM	Var% AA	N° Empresas	Valor US\$	Var% AA	PESO NETO TM	Var% AA	N° Empresas
2010	176	-	0	-	1	-	-	-	-	
2011	0	-100%	0	-95%	1	-	-	-	-	
2012	27	8860%	0	371%	1	-	-	-	-	
2014	383,190	> 500%	89	> 500%	3	188,248	-	27	-	1
2015	392,042	2%	93	5%	1	91,098	-52%	23	-13%	1
2016	319,866	-18%	106	14%	2	32,900	-64%	8	-64%	1

Fuente: Sunat / Elaboración: Inteligencia de mercados. Promperú

Un comentario adicional, de particular interés para el Perú, es que en la región latinoamericana, el único país presente con oferta exportable es México, quien entre el 2010 – 2015, ha exportado anualmente un promedio de US\$ 6 millones y 2, 087 TM, creciendo a un ritmo anual de 14% en valor y 4% en volumen. Sus principales destinos de este producto han sido tanto EEUU, como Australia.

X. INFORMACIÓN DE INTERÉS**1) FERIAS**

Nombre de la Feria	Web Site	Duración	N° Expositores	N° Visitantes
Sial Paris	https://www.sialparis.fr/	5 días	7,020	155,700
Salon du chocolat	http://www.salonduchocolat.fr	5 días	700	100,000
Gourmet food and fine selection	https://en.salon-gourmet-select	2 días	315	4,000

Fuente: Sial.com, Salon du chocolat, Ferias.com / Elaboración: Inteligencia de mercados. Promperú

2) OFICINAS COMERCIALES EN FRANCIA

Oficina Comercial de Perú en París - Francia

Consejero: Aldo Alfredo Parodi Revoredo

Teléfono: 33-0- 1 40 70 13 05

Dirección: 120, Avenue des Champs Elysées 75008, Paris

E-Mail: aparodi@mincetur.gob.pe

3) DOCUMENTOS DE REFERENCIA

Study of main European markets for dates and the commercial potencial of non-traditional varieties

Exporting edible nuts and dried fruits to Europe

Edible nuts and dried fruit, 2016

Edible nuts and dried fruit in Europe, 2016

Relación entre el consumes de frutos secos y la mortalidad total y por causas específicas

International fruit and dried fruit. Global Statistical Review 2014 – 2015

CBI – Dates in Germany

Euromonitor, Fresh fruit in France

Euromonitor, Income and expenditure: France

Euromonitor, Households: France

Euromonitor, France: Country profile