PRODUCTOS GRANADINOS POR EL MUNDO

INTERNACIONALIZACIÓN,
¡¡UNA OPORTUNIDAD!!

CINNGRA

ÍNDICE

1. CHINA (pág.3)
2. REINO UNIDO (pág.9)
3. ALEMANIA (pág. 18)
4. FRANCIA (pág. 24)
5. PORTUGAL (pág. 30)
6. COLOMBIA (pág. 37)
7. BRASIL (pág. 41)
8. CHILE (pág. 45)
9. PERÚ (pág. 48)

Los datos de este documento han sido obtenido a través de los informes presentado en el Webinar «*La Industria Agroalimentaria Gourmet en Tiempos del Coronavirus»* organizado por la Cámara de Comercio de Granada e impartido por la consultoría Internacional VSV, en abril de 2020

CINNGRA

CHINA

- **Población:** 1.392.730.000 (2018) – Mercado de 150 Millones de ricos
- **Moneda:** Ren Min Bi (RMB) / Yuan 1EUR = 7.68 CNY
- **4º país mas grande del mundo y 2ª economía más potente**
- **Crecimiento anual del 10% en los últimos años**
- **Ranking de facilidad para hacer negocios: nº 31 del país**

RELACIÓN COMERCIAL CHINA – ESPAÑA

- China es “la fábrica del mundo”, pues allí se fabrica casi de todo. Por ello, es la mayor potencia exportadora de bienes y el segundo mayor importador de mercancías a nivel global.

- China es un enorme mercado al que las empresas extranjeras quieren vender.

- En cuanto al intercambio comercial, como se ha dicho, China **exporta casi de todo**, y la **fortaleza** de **España** es el **sector Agroalimentario**:
  - España es el **primer proveedor** de China de **aceite de oliva**, y otros **productos importantes son carne de cerdo y vinos.**

CINNGRA

PERFIL DEL CONSUMIDOR EN CHINA

- Los productos de **importación** van dirigidos a un consumidor de **alto nivel adquisitivo** ya que sirven para denotar status social

- El consumidor **promedio no consume** productos de importación

- Estos productos **no** pueden ser muy diferentes a lo que ellos están acostumbrados, pero sí se interesan por productos **gourmet**, aún más si son **saludables**, que no encontrarían en China.

- Es recomendable trabajar una **mayor** penetración en **zonas** más **"occidentales"** como Shanghai, Guangzhou, Beijing o Hong Kong.

- No pueden ser productos muy diferentes a sus gustos

CINNGRA

OPORTUNIDADES PARA PRODUCTOS DE GRANADA

- Ordenado de mayor a menor volumen de importación en los últimos años -

CINNGRA

ESTRATEGIAS DE MERCADO A TENER EN CUENTA

- Exportar a China no es tarea fácil, requiere mucha **inversión** y **seguimiento**, además de los **handicap** de la distancia y el idioma

- El consumidor chino es **nacionalista**, aunque está **abierto** a productos extranjeros dado su nivel adquisición y la apertura al exterior

- Las empresas chinas prefieren productos "ya probados"; que ya cuenten con **éxito internacional** o **gran presencia** en su país

- La negociación debe ser **"cara a cara",** virtualmente no tendrá mucho impacto

CINNGRA

TRÁMITES Y REGULACIONES

- La tramitología en China para importar **puede ser complicada**. En general, el **importador** chino interesado **deberá realizar varios procedimientos** iniciando con el registro ante la aduana para importar el producto específico (sin el registro, no podrá importar el producto).

- Asimismo, para **liberar las mercancías** en China, se **necesitan** estos **documentos**:
  - **Licencia sanitaria** para las empresas exportadoras
  - **Licencia comercial** del productor o distribuidor de productos
  - **Certificado** de **comercialización** o de origen autorizado del producto en el país (región)
  - **Descripción del producto**, contenidos e ingredientes (traducido al chino)
  - **Muestra de la etiquetas** de los productos traducidas

CINNGRA

REINO UNIDO

- Población: 66.488.991 habitantes
- Moneda: Libra esterlina : (1 Libra= 1,145 euros). La economía británica, la sexta mayor del mundo, se ha visto frenada desde el referendo por el Brexit en 2016.
- Tasa de desempleo: 3,8 %. El salario medio de un trabajador licenciado con años de experiencia es de 43.583 € año 2018
- Principales socios comerciales: Estados Unidos, Alemania, Suiza, China y Francia.

DATOS ECONÓMICOS DE INTERÉS

- Los sectores de gran potencia son las tecnologías de la información y comunicación, **biotecnología**, aeronáutica, energías renovables y defensa.

-El sector agrícola representa un 0,5% del PIB pero es suficiente para abastecer su demanda al 60% del total. Emplea a un 1% de la población y **principalmente produce patatas, remolacha, trigo y cebada.**

- La cría de **ganado** (sobre todo ovino y bovino) sigue siendo una actividad **muy importante**. El sector **pesquero** está también **muy desarrollado**, pero sufre actualmente la disminución del volumen de peces en los lugares tradicionales de pesca.

- Sin embargo, el **sector secundario**, que representa **menos de 20% del PIB** y emplea a **18%** de la fuerza laboral, no es muy competitivo, principalmente por sus bajos niveles de productividad.

- Reino Unido es un gran escaparate mundial en productos de alimentación y bebidas alcohólicas. Sector con gran potencial en el **mercado anglosajón**, segundo destino de exportación para **vinos españoles**, y donde se valora calidad, origen e historia del producto.

CINNGRA

BREXIT

- **31 DE ENERO DE 2020**: el Reino Unido hizo oficial su salida de la UE. Se abre un período de negociaciones entre ambos países para llegar a un acuerdo comercial. **Período de transición** hasta el 31 de diciembre de 2020 el Reino Unido sigue dentro de la legislación comunitaria y no existen aranceles o barreras no arancelarias. El objetivo es llegar a un acuerdo comercial para evitar que el Reino Unido sea tratado como un país tercero y se rija por las normas de la OMC.

- Comercio: El **socio comercial más importante** del Reino Unido es la **UE**. En las negociaciones bilaterales debe prevalecer una **relación comercial sin barreras comerciales**, tanto arancelarias como no arancelarias.

- Salida de la Unión Europea **sin acuerdo**: Según el Banco de Inglaterra, una ruptura brusca con la UE (sin período de transición ni nueva relación comercial) se traduciría en una **caída del 8% del PIB** el próximo año en el Reino Unido y haría entrar al país en recesión, con una **inflación cercana al 6,5%** y una tasa de **desempleo por encima del 7,5%.**

- **Distribución y consumo:** El principal impacto del resultado del referéndum en el sector de distribución y consumo tiene que ver con la **incertidumbre** generada, la **devaluación** de la libra y, en último término, la **menor confianza** de los británicos y la previsión de **menor consumo**.

- **No hay precedente** de una **salida** de un **bloque comercial** de una economía **tan grande como Reino Unido**, y el **impacto** que el llamado "Brexit" tendrá **en la UE** y, en particular en **España** y no se puede predecir con exactitud ya que juegan un papel fundamental la influencia de los grupos de presión (distintos bloques comerciales o diferentes organizaciones).

- **SECTOR AGROALIMENTARIO**: Este sector puede verse **afectado** por la **depreciación** de la libra, cuesta **más caro importar** productos en la actualidad y se repercute el precio en el consumidor final. En el caso de producirse un **"Brexit duro",** por un lado habría que ver si se establecen **barreras arancelarias y a qué productos afectarían** y por otro lado **los productos perecederos son los que más sufrirían** por los tremendos retrasos y colas de camiones que colapsarían los puertos británicos por el despacho de aduanas.

- Entre los sectores económicos más preocupados por los efectos del Brexit se encuentra el del **vino**, al ser el Reino Unido el principal mercado internacional para el vino envasado tanto en volumen como en valor.

PERFIL DEL CONSUMIDOR EN REINO UNIDO

- Se prevé que el comercio de alimentos registre un **aumento del 22%,** "debido a las reservas que hacen los hogares y al cierre temporal de restaurantes y cafeterías, lo que provoca un mayor consumo" doméstico.

- Se está imponiendo el **Consumidor Inteligente** viendo patrones de consumo similares a la crisis del 2008. El consumidor inteligente ahorra en lo que compra, piensa antes de comprar algo, analiza si es algo que realmente necesita, compara precios y niveles de calidad, en definitiva **busca maximizar el poder adquisitivo.**

- A nivel mundial, el CEBR predice una **contracción de al menos 4% de la economía** este año, lo que sería "el doble que tras la crisis financiera de 2009 y la mayor caída del PIB en tiempos de paz desde 1931", es decir, el final de la Gran Depresión. **Se crecerá un 1,1%** en 2020 (no el 1,4% previsto) y al menos dos décimas menos en los siguientes cuatro años.

CINNGRA

RELACIÓN COMERCIAL REINO UNIDO – ESPAÑA

- España suministra a Reino Unido el **9%** de los productos que importa.

- En 2019 se sobrepasaron por primera vez las **exportaciones españolas** con valor de **4 mil millones de euros** y más de **3 millones de toneladas.**

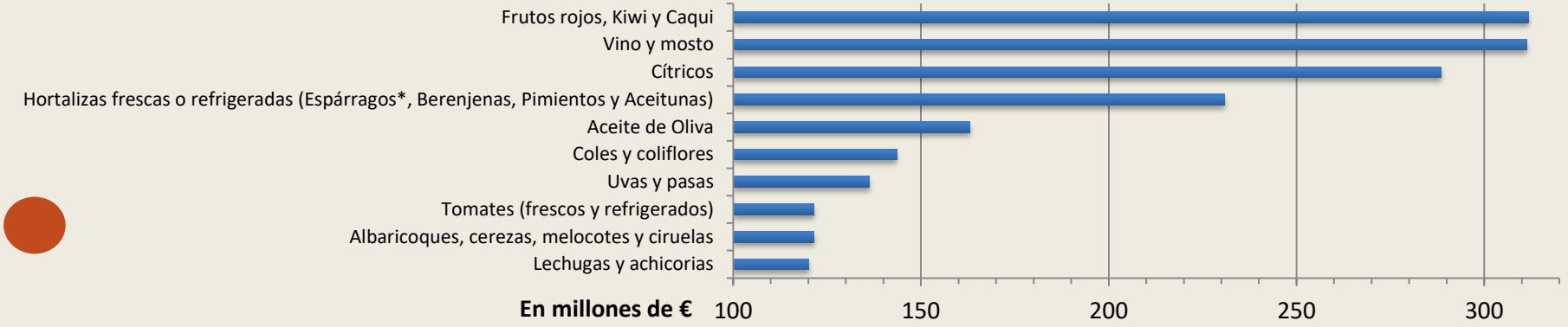
- Las **mayores** partidas agroalimentarias vendidas por España a Reino Unido en **2019** fueron **frutas, hortalizas y legumbres, bebidas, preparaciones vegetales y preparaciones alimenticias.**

- En **2018**, fueron **frutos rojos, kiwi,** y **caqui** a la cabeza seguido de cerca por **vino y mosto.** En tercer lugar, **cítricos.** En cuarto lugar, **hortalizas frescas o refrigeradas en las que se incluyen espárragos, berenjenas, pimientos y aceitunas.**

CINNGRA

PRODUCTOS ESPAÑOLES MÁS EXPORTADOS

(2018-2019)



Con menos total de exportación, le siguen:

FRUTAS TROPICALES

- **AGUACATE:** se consume mucho y es fácil de encontrar
- **CHIRIMOYA:** se consume poco
- **NÍSPERO:** su consumo no es muy alto

CARNE DE CORDERO

Sector muy nicho en Reino Unido, especialmente la variedad **Jhalal**
Tiene poca cuota de mercado porque es más caro que el porcino, pollo, etc.
Sobre todo gusta a la gente mayor. La carne de cordero está ligada a la hostelería y celebraciones.

ESPÁRRAGOS*

UK es productor de espárragos.
Tiene un gran consumo de espárragos verdes frescos, sobre todo el nacional.
El resto importados son de Perú o Kenia.
Hay una asociación del sector:
http://britishasparagus.com/

CINNGRA

CARACTERÍSTICAS DE OTROS PRODUCTOS IMPORTADOS

CURADOS

Se venden en los lineales de los supermercados **jamón, salchichón y chorizo.** En el **sector gourmet** entran el jamón, chorizo y salchichón ibéricos de **bellota,** principalmente de Extremadura o Salamanca.

Bebidas/Frutas/Hortalizas/Carne/Pescado

Son los artículos **más demandados** al mercado europeo. Un escenario sin acuerdo comercial podría provocar que productos como el **queso o el tomate** fueran un **30% y un 20%** más **caros**, respectivamente.

FRUTAS

Las más importadas, de mayor volumen a menor, son **plátanos, manzanas, piñas, naranjas, mandarinas, aguacates, arándanos y peras.**

FRUTOS SECOS

Lo más demandado son las **nueces.**

Países más exportadores de FRUTA

España, Sudáfrica, Alemania, Países Bajos, Chile, USA, Francia, Costa Rica, Colombia y Perú

Hortalizas

Las tres productos más importantes fueron los **tomates, pimientos y champiñones.**

CINNGRA

ACCESO AL MERCADO – ALIMENTOS GOURMET

- Aumento de demanda de **Productos Gourmet**

- Posición del **Producto Español**: Producto Gourmet, alta gama.

Gran penetración de **Producto importado en el mercado** : Muy valorado frente al producto nacional.
Interesante mercado interior donde existen grandes ciudades y emporios gourmets y tiendas especializadas.

Productos **dietéticos, naturales y ecológicos** ha **aumentado** su demanda aunque el precio es aún alto.

- Importadores especializados en **productos gourmet** que se dirigen al canal **horeca y retail.** Deben tener el **certificado BRC, British Retail Consortium.**

- **Etiquetado** se admite solo en **inglés** o en otro idioma pero traducido al inglés.

- Es **complicado** que las **grandes cadenas de supermercados** británicos realicen la **compra directamente** al proveedor.

CINNGRA

ESTRATEGIAS DE MERCADO A TENER EN CUENTA

- **Puntualidad** e **idioma perfecto** tanto escrito como hablado, el interesado en hacer negocio debe dominarlo a la perfección

- La primera impresión **es la que cuenta**

- La exportación a debe plantearse como una estrategia a **medio y largo plazo.** A corto, salvo casos excepcionales, el esfuerzo pocas veces se ve recompensado.

- Recibir asesoramiento de un **especialista en cuestiones contractuales/impositivas.** Al negociar con un cliente británico se debe ser muy detallista, se debe especificar cada detalle de las condiciones del acuerdo y sobre todo dejar muy claro el punto de la asimilación de costes.

- Se deben **gestionar las expectativas**, para conocer muy bien al cliente y no llevarse impresiones engañosas.

- Acordar **plazos de entrega reales y cumplirlos sin excepción**. Son muy exigentes en este aspecto, si se dice una fecha se debe de cumplir. Si no, se puede perder la oportunidad de negocio al completo.

ALEMANIA

- **Mayor economía europea** con una **población** de 83 Millones de habitantes
- **Primera economía en reactivarse** tras el COVID-19
- **Tercer exportador e importador más grande** de productos alimenticios y agrícolas **de todo el mundo**
- **Primer destino de productos** hortofrutícolas españoles
- **Mercado de alimentación y bebidas más grande de Europa** con 170.000 productos alimentarios diferentes

RELACIÓN COMERCIAL ALEMANIA - ESPAÑA

- En 2019 el **total de exportaciones** españolas de bienes a Alemania subieron un 1,2 % respecto a 2018, mientras que las importaciones bajaron un 0,8%.

- El **grado de cobertura mejoró** y está en un 77,8%

- Aunque nuestra relación es eminentemente industrial, **el sector agroalimentario es el diferencial** en la balanza comercial con Alemania, con un 18% en la exportación española, y un 7% en la alemana.

CINNGRA

PERFIL DEL CONSUMIDOR EN ALEMANIA

- Tendencia al **"one-stop shopping"**. Es decir, encontrar **todo** lo que se necesita en el **mismo establecimiento**. Lo que ocasiona menor variedad de agentes presentes en el mercado.

- **Consumidor dual**: dos tipos diferenciados de consumidor.
    1. Buscan **precios reducidos** que cumplan con su demanda de productos básicos
    2. Buscan un **surtido variado y de calidad** en hipermercados y departamentos gourmet de grandes almacenes
- En ellos predomina la **salud, sostenibilidad y regionalismo.** El **92%** presta atención a **productos saludable**

- La **sostenibilidad** en la producción también es un factor que cada vez tienen más en cuenta
- Después del "buen sabor" lo que más tienen en cuenta es que sean productos **regionales**
- Alemania es el **mayor mercado** de productos **«ECO»** después de EEUU

Estos son los sellos que más se buscan en los productos

OPORTUNIDADES PARA PRODUCTOS DE GRANADA

CÁRNICO – CARNES CRUDAS

Existe sobreoferta de productos y Francia e Italia son los socios tradicionales.
· El **jamón serrano** y el cerdo **"Durok"** son tendencia.
· Tienen muy en cuenta la **trazabilidad, historia del producto y certificación**

HORTOFRUTÍCULA

· **Relación positiva** para ambos países

· El alemán es un mercado **prioritario** para España. Recibe el **26% de las exportaciones** hortofrutícolas españolas. Para Alemania, España es su primer proveedor.

· Oportunidades de negocio real con productos **eco, bio y con frutas tropicales y subtropicales.**
En **frutas tropicales** existe un **crecimiento exponencial de consumo en aguacates y mangos**. En menor medida el de frutas como la **guayaba**.

CINNGRA

ESPÁRRAGOS

· Son el **emblema de la gastronomía española**
· Sólida tendencia al consumo regionalista, sobre todo con este producto
· **Principal nicho** de exportación en **marzo** y al **principio de la primavera**

CÁRNICO - OVINO

· Tasa de **producción** interna **menor** al 50% del consumo total
· Nueva relación mercantil con **Nueva Zelanda y China**
· Sostenibilidad, historia del producto y tipo de crianza como **valores añadidos**
· Cultura de la **barbacoa** en **auge** = **mayor consumo**
· El volumen de importaciones (ovino y cordero) disminuyó considerablemente en 2019
· No es fácil encontrar esta carne en los lineales de la gran distribución
· Importaciones turcas con canales propios

OTROS

· Aceite de Oliva · Vino · Miel · Frutos Secos
· Quesos · Congelados y preparados
· Conservas Vegetales de calidad (tendencia de consumo al alza)

CINNGRA

ESTRATEGIAS DE MERCADO A TENER EN CUENTA

- El principal rasgo de su mercado es la **concentración.** El **75%** de la facturación **total** la controlan **5 grupos.** Además las principales distribuidoras**, marcan los límites de los precios.**

- Su mercado es un **mercado competitivo y de segmentación.** Se basa en una normativa **restrictiva**, estándares de **seguridad** y **medio ambiente exigentes** y da gran importancia a los **certificados y análisis.**

- Distribución **HORECA:** las empresas adquieren sus productos a través de un grupo muy reducido de proveedores.

- Es más sencillo **adherirse a una marca blanca** que salir al mercado con nuestra propia marca, ya que el consumidor tiene más en cuenta **las marcas que ya conoce**

- El **comercio online** es una **buena oportunidad** siempre y cuando el márketing del producto sea del estilo del **márketing alemán**

CINNGRA

FRANCIA

- **Población:** 66 millones
- **Poder adquisitivo** elevado y tendencia a un crecimiento moderado
- **Séptima economía mundial** en PIB

DATOS ECONÓMICOS DE INTERÉS

- Francia es una de las **ocho principales potencias exportadoras del mundo**. El comercio representa más del 60% del PIB.

- **Importante déficit comercial** estructural (48,3MM€ en 2016 y 34,4 MM€ en la primera mitad de 2017): Las importaciones se desarrollan a gran velocidad porque los franceses adquieren una gran cantidad de **mercancías importadas**, que se venden a un **precio inferior** en el mercado local que los productos **"made in France".**

- Las **importaciones de energía** también ejercen un **gran impacto** en las cuentas actuales. Además, a pesar del esfuerzo realizado por el gobierno para favorecer la innovación, el valor añadido de las exportaciones francesas es relativamente bajo.

- Los **principales socios comerciales** de Francia son **la Unión Europea, Estados Unidos y China**. Francia exporta principalmente vehículos, productos farmacéuticos, alimentos, vino, hidrocarburos y componentes electrónicos, e importa bienes de consumo, vehículos, hidrocarburos y productos farmacéuticos.

RELACIÓN COMERCIAL FRANCIA - ESPAÑA

- Francia es el principal cliente de España en exportaciones de bienes, suponiendo un **15% del total de exportaciones españolas.** De esas exportaciones, en lo agroalimentario destacan:
  - Frutos comestibles
  - Verduras y hortalizas frescas
  - Carnes y transformados
  - Pescados, mariscos y sus transformados
  - Aceite de Oliva
  - Azúcar y productos de confitería
  - Panadería, pastelería y galletas
  - Vinos

- Como **proveedor**, ocupa el **segundo lugar**, tras Alemania

- Las ventas de Francia a España representan un 11% de las importaciones españolas.

- **Mercado** de alimentación y bebidas **más grande de Europa** con más de 170.000 productos diferentes

CINNGRA

PERFIL DEL CONSUMIDOR EN FRANCIA

- El mercado francés es un **mercado maduro,** con **oferta saturada** y es la **cuna de la gastronomías y el vino**

- Gusto por lo **auténtico**, lo **elegante** y lo **refinado**

- El consumidor está **dispuesto** a pagar un **precio más alto** si la **calidad** lo justifica

- **Incremento** del éxito del *Made In France*

- Da **importancia** a la **denominación de origen**

- Gusto por las ***épicerie*** (tiendas pequeñas y de especialización en productos concretos). Son lo **contrario** a los **supermercados**.

POST COVID-19

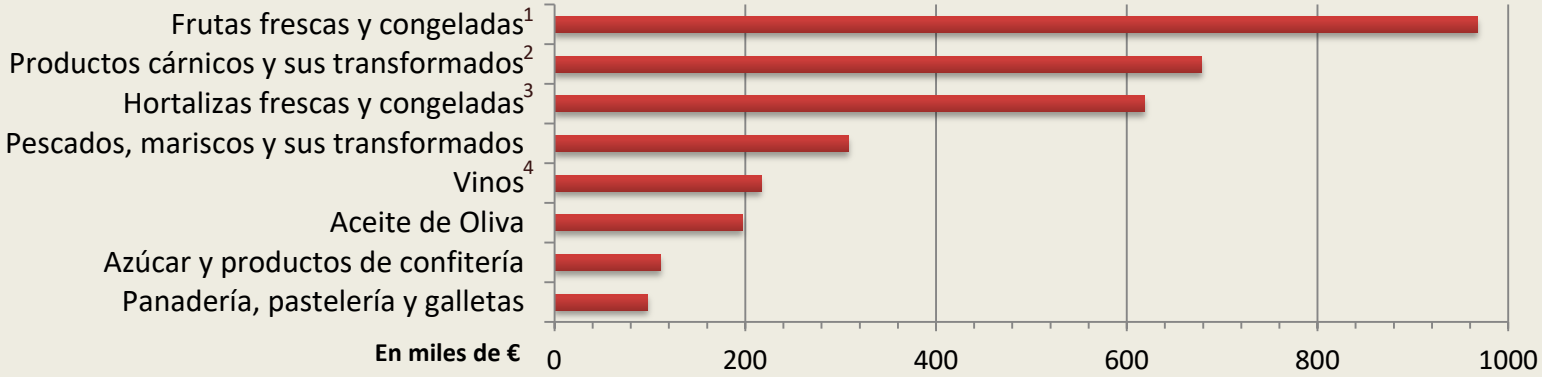
- Se prevé un consumidor **más conservador**
- Diferenciación por (en orden de mayor a menor):

·Precio **·Falta de competencia en el mercado francés** **·Certificación ecológica (bio)**

CINNGRA

PRODUCTOS ESPAÑOLES MÁS EXPORTADOS

(Enero-Julio 2018)



1 FRUTAS FRESCAS Y CONGELADAS

- **Cítricos y frescos**: 417.602€
- **Frutas de hueso frescas:** 126.569€
- **Melones y sandías frescos:** 133.079€
- **Frutas subtropicales, fresas:** 122.531€

2 PRODUCTOS CÁRNICOS

- **Jamón y paleta:** 55.253€

3 HORTALIZAS FRESCAS Y CONGELADAS

- **Conservas hortofrutícolas:** 231.219€
- **Hortalizas de hoja, frescas:** 125.793€
- **Hortalizas de bulbo, frescas:** 30.487€

4 VINOS

- **V.C.P.R.D.:** 60.832€
- **Vinos de mesa:** 127.231€
- **Resto de vinos:** 28.704€

CINNGRA

ESTRATEGIAS DE MERCADO A TENER EN CUENTA

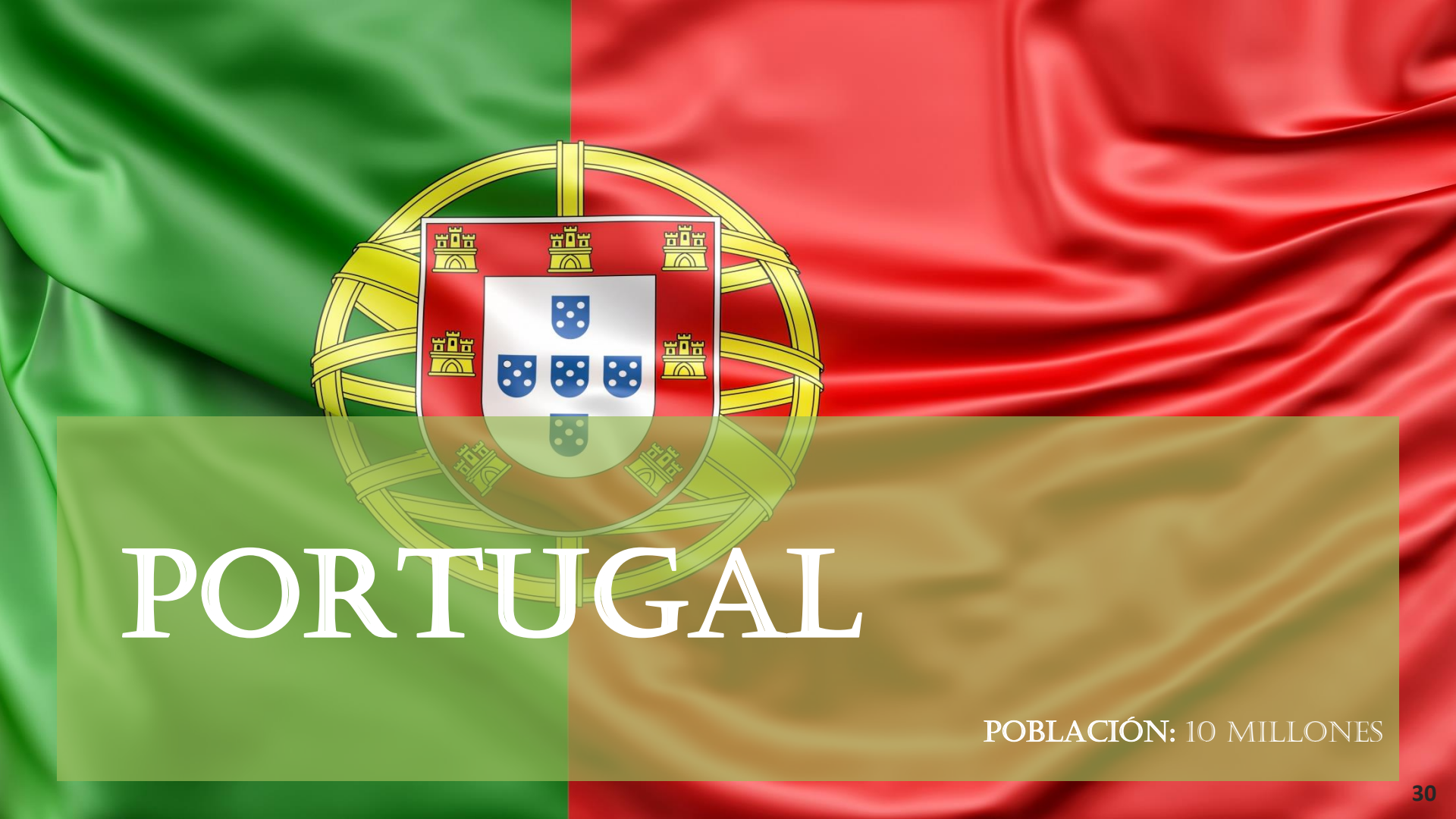
- El agroalimentario, es un **sector hostil** a la hora de tratar con competencia **extranjera**, sin embargo es su **primer** sector **comercial** y **empleador**.
    - El 98% de las empresas que lo componen son PYMES
    - Transformación del 70% de la producción francesa
    - Hostilidad hacia la competencia extranjera

- Es un mercado en el que **hay grandes** y **verdaderas posibilidades** de recoger **éxito**, pero es de gran **importancia** mantener el **control** del seguimiento de nuestro producto, mimarlo y tener **paciencia**, ya que los **resultados** por lo general se generan en un **medio-largo plazo.** Más posibilidad de éxito en pequeños negocios de alimentación especializados

Segmentación del mercado:

- París y región parisina (Ile de France): 12 millones de habitantes, mayor concentración de riqueza , consumidor más dinámico y abierto, red de distribución concentrada
- Sur de Francia (Languedoc-Rousillon-Midi-Pirineos): 5,6 millones de habitantes, mayor cercanía cultural, fuerte dinamismo económico y demográfico (dos veces superior a la media francesa), dos grandes zonas urbanas: Toulouse y Montpelier
- Costa Azul: alto poder adquisitivo + mercado internacional
- Marsella, Lyon, Burdeos: ciudades dinámicas, en crecimiento y cosmopolitas

CINNGRA



PORTUGAL

POBLACIÓN: 10 MILLONES

DATOS ECONÓMICOS DE INTERÉS

- Su crecimiento más fuerte se produjo en 2017, y sigue creciendo
- Este crecimiento fue impulsado por la **fuerte demanda interna**
- Los **servicios y la construcción** han sido el mayor aporte de creación de empleo. Los sueldos se tuvieron que **acelerar gradualmente**. Impulsados por el **descongelamiento del sector público** y una **mejora del mercado laboral**
- En 2019 las importaciones a Portugal **crecieron un 6,57%.** Las compras al exterior representan un **37,83%** de su PIB
- **España es el principal proveedor de las importaciones portuguesas,** representando el 31,5% del total. Además se observa una clara tendencia al alza desde el año 2003
- Es la **puerta de entrada** a Europa de la *«Comunidad de Países de Lengua Portuguesa»,* formada por **Brasil, Cabo Verde, Angola, San Tomé y Príncipe, Mozambique, Guinea Bissau y Timor Oriental**
- Los mercados de habla portuguesa suman un total de **250 millones de consumidores potenciales**

CINNGRA

PERFIL DEL CONSUMIDOR EN PORTUGAL

- El **turismo** es la gran potencia del país, en 2019 sumó un total de **27 millones** de turistas, por lo tanto son una parte muy poderosa de los consumidores del país.
    - Este turismo representa diversas **oportunidades gastronómicas y hosteleras**

- **3 Tipos de consumidores destacados:**
    1. Buscan **nuevas experiencias**
    2. Buscan nuevas experiencias **en línea con su nivel de vida**
    3. Buscan elevar sus alimentos a un **acto gastronómico sublime**

- No son **ricos y viajados**. Buscan **momentos Gourmet**, **no ser** gourmet. Para ser gourmet se debe tener un **valor añadido**

- Les gusta la **vida social,** son consumidores **activos, dinámicos y de moda.** Buscan **momentos especiales y emociones únicas**

- **No** necesariamente tienen grandes **habilidades culinarias**. Pero aprecian lo que comen y detalles como **qué mermelada acompañar al queso.**

- **Cosmopolita, educado y buscador de soluciones verdes y saludables.**

PERFIL DEL CONSUMIDOR POST COVID-19

- Tras el COVID-19, ha aumentado un **en un 14% las ventas entre las categorías de alimentos.** Además, en **productos frescos es considerable,** apreciándose un crecimiento del 12% desde el inicio de la crisis.

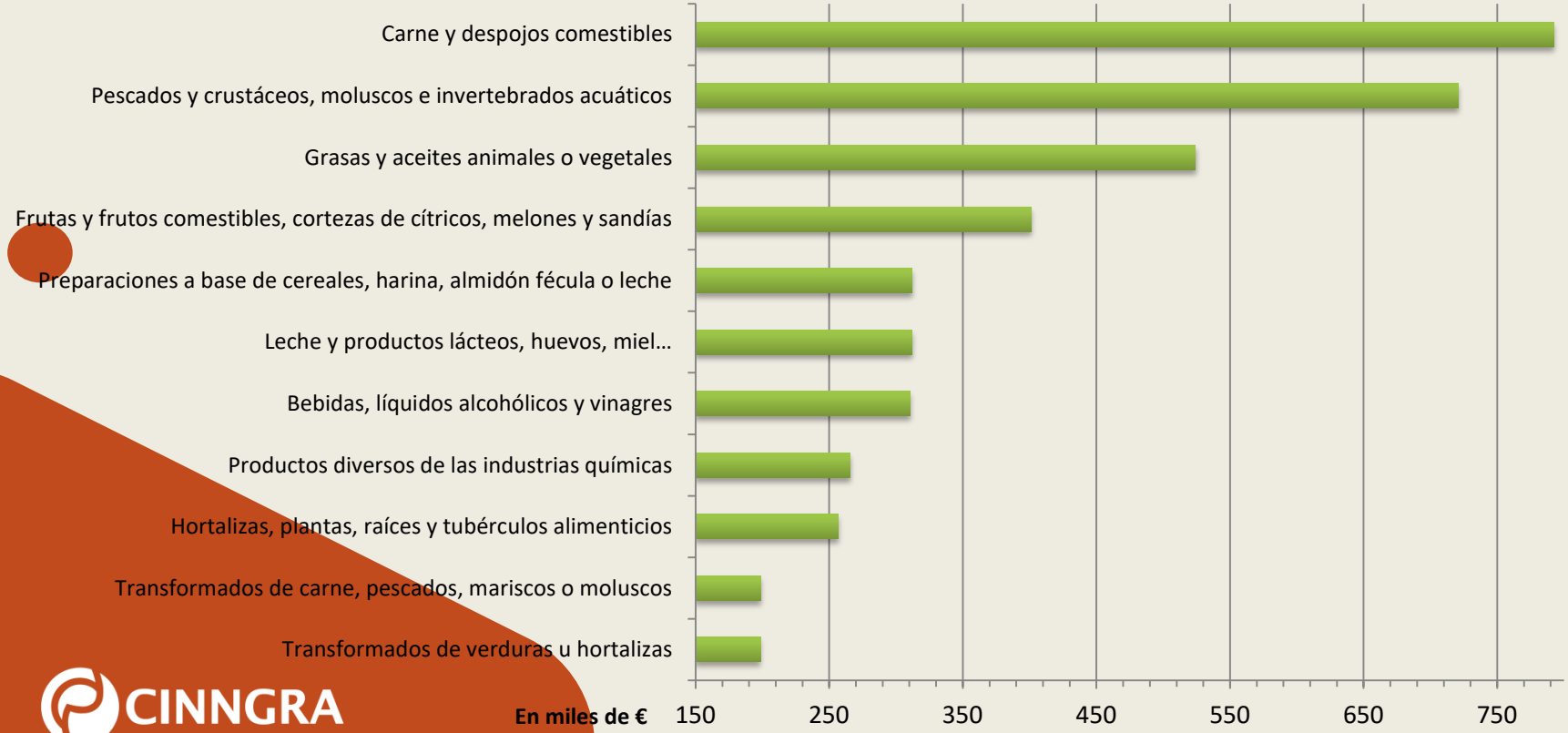
- Un ejemplo de esto son **los valores más altos registrados** para **conservas** (+42%), **productos ricos en vitamina C** (Kiwi +39%, Naranja +37%, Mandarina/clementina +37%) y **productos básicos** (+36%)

- Ya **hay tendencia entre los diferentes tipos de tiendas. Con un surtido más amplio,** los **hipermercados destacan con un crecimiento del 20%,** por encima de los incrementos registrados para los supermercados (+18%) y pequeños (+5%)

- Aún es pronto para saberlo, pero es seguro que **cambiará** los comportamientos y establecerá **nuevas tendencias.**

CINNGRA

PRODUCTOS ESPAÑOLES MÁS EXPORTADOS
(2019)



CINNGRA

TENDENCIAS DE CONSUMO

PRODUCTOS CÁRNICOS

- Portugal es el 4º destino de exportación porcina, representa un 6% del total
- En 2018 España exportó 135 millones de toneladas, un 2,8% más que en 2017
- El valor alcanzado superó los 349 millones de euros

MERCADO DE GAMA MEDIA ALTA

Aunque Portugal es productor de alimentos similares a los de España, existe un **mercado** de **gama media-alta** para productos como:

· **Vinos de calidad** · **Jamón** · **Quesos** · **Conservas** ·**Alimentos Gourmet**

Además, hay empresas distribuidoras españolas que han abierto supermercados en Portugal

CONCEPTO: TAPAS

- El concepto «**tapas**», basado en la tendencia española y desarrollado en el país gracias al turismo que lo pedía, tuvo su **boom en 2019.**
- Es una de las **tendencias gastronómicas en auge** del país
- Prefieren tapas **caras pero de calidad** a tapas no tan elaboradas ni sofisticadas

CINNGRA

ESTRATEGIAS DE MERCADO A TENER EN CUENTA

A pesar de las similitudes entre España y Portugal no hay que pensar que se tratan de un mismo mercado

- Las **marcas y los nombres** de sus empresas y productos deben estar **debidamente registrados**
- En Portugal **no existe un colegio oficial de representantes**. La búsqueda de agentes debe realizarse por medios paralelos como la asistencia a ferias, etc.
- El portugués es un **buen comprador** y un **gran negociador**. Conoce la oferta española a la perfección.
- La **estrategia de penetración** en este mercado es habitualmente la de precios.
- Las empresas extranjeras (entre ellas las españolas) **tienen una fuerte implantación en el mercado portugués.** Se trata, por lo tanto, de un mercado cada vez más competitivo.
- Se tiene que **extremar el tratamiento** en las relaciones personales. En Portugal **no es** normal el tuteo.

COLOMBIA

Población: 48 Millones de habitantes

RELACIÓN COMERCIAL COLOMBIA - ESPAÑA

- Gracias a los **acuerdos comerciales** establecidos entre **Colombia y la Unión Europea** en 2013, mejoró la relación comercial ya que **redujo considerablemente barreras** comerciales como el alto **coste de transporte** entre países.

- Se recomienda **registrar** el **producto** ante el **Invima**

- Para el **ingreso** de productos en el país es **recomendable** hacerlo a través de un **distribuidor o importador** ya reconocido que tenga conocimiento del mercado

- El sector de vinos y licores se encuentra asimilando grandes retos, debido por ejemplo a el cobro dependiendo del grado de alcohol que contengan. Este factor obliga a los importadores y distribuidores a innovar para poder **mantenerse** en el mercado

- El producto español **tiene muy buena acogida** entre los consumidores colombianos. Los productos que más se encuentran en el mercado son:
  · Aceite de Oliva · Vinos · Embutidos Curados ·Fruta Fresca
  · Conservas de pescado y marisco ·Aceitunas · Conservas Vegetales

CINNGRA

PRODUCTOS ESPAÑOLES EXPORTADOS CON MÁS ÉXITO

ESPÁRRAGOS

· Su **consumo** se está **incrementando** a pesar de que es considerado una hortaliza de alto status y alta cocina.
· El consumidor colombiano busca alimentarse de forma **sana,** por ello el **consumo** de **alimentos saludables** se está incrementando.
· Es utilizado en **sopas, ensaladas y platos internacionales**

JAMÓN

· Su consumo **va en aumento**, por lo tanto hay **oportunidad** del producto en el mercado
· Este tipo de producto se obtiene en **mercados gourmet**, pero cada vez es más frecuente verlo en supermercados normales

VINOS

· La **percepción** del producto está **cambiando**, ahora se **utiliza** en los **hogares** para acompañar cenas o en diferentes celebraciones
· El **vino español** está creciendo en cuanto a **presencia en el mercado.** El consumidor busca vinos de **alta categoría**

ACEITE DE OLIVA

· Su **consumo** se está **incrementando** debido a la cada vez más frecuente, implantación en los hogares.
· Las variedades que más se consumen son **arbequina, hojiblanca y picual**

CINNGRA

ESTRATEGIAS DE MERCADO A TENER EN CUENTA

- Se recomienda **participar** en **ferias** como Alimentec, Expodrinks y Expovinos
- **Enviar**, dentro de lo posible, **muestras comerciales** para que el cliente conozca las características del producto
- Cuando los contactos estén establecidos, es bueno hacer un **seguimiento, envío de catálogos** o **cotizaciones** si el cliente solicita la información
- Tener en todo momento **actualizados** los recursos e información sobre nuestros productos en nuestra **web** y se recomienda la **apertura de tiendas virtuales**
- Se sugiere por la contingencia **realizar agendas virtuales, sondeos de mercados, sondeos de precios y listas de contactos**
- En Colombia es habitual tener **citas presenciales** y son de suma **importancia para las negociaciones.** Se recomienda hacer una agenda comercial cuando finalicen los encuentros
- **Ofrecer** promociones atractivas para dar a conocer el producto y sus características

BRASIL

Población: 215 millones de habitantes

Novena economía del mundo

Séptima mayor receptora de IED del Mundo**. España es el segundo inversor extranjero más potente** tras EEUU

Sus principales socios comerciales son **Estados Unidos, China y Argentina**

RELACIÓN COMERCIAL BRASIL - EUROPA/ESPAÑA

TIPO DE MERCADO

- El Mercosur **liberalizará** por completo el **91% de sus importaciones de la UE** a lo largo de diez años a partir de 2019
- Las **denominaciones geográficas** de productos regionales pasan a **estar muy protegidas**. El Mercosur **no podrá usar** en su etiqueta nombres como **«Vinos de calidad de Granada»** propias de regiones españolas
- **Aumento de la demanda de productos gourmet**
- **Gran penetración** del producto **importado** y **posición** del **producto español.** Buena percepción de la gastronomía española
- Mercados concentrados en grandes urbes como **Río de Janeiro, Sao Pablo y Belo Horizonte.** Y focalizado a **grandes redes de distribución** como Carrefour
- Mercado interesado en **productos dietéticos, naturales, veganos y ecológicos**
- **Tipo de cambio elevado,** importación sensible al precio
- El coste de la nacionalización supone casi el 100% del producto y los márgenes comerciales casi el 30%

CINNGRA

OPORTUNIDADES PARA PRODUCTOS DE GRANADA

VINOS

- **Precio:** 2-4 euros (50 reales)
- **Vinos Tintos y frizantes** (rosé)
- **Vinos ecológicos** a bajo precio
- **Vinos con D.O.** variadas

ACEITE DE OLIVA

- **Aceite de Oliva Premium:** nicho de mercado pequeño
- **Aceite de Oliva económico y de marca blanca:** juega con más oportunidades
- **Varias empresas** de alimentos nacionales lo tienen incorporado

CORDERO

- **Es un gran consumidor** de carne de buey
- **No hay cultura** de comer carne de cordero
- **Comunidad árabe y judía** una de las mayores a nivel mundial
- **Oportunidad:** Distribuidores para canal Horeca en restaurantes árabes

ESPÁRRAGO

- **Bajo consumo** comparado con el de Europa
- **Perú como gran competidor**
- **Espárrago blanco:** En conserva vidrio 200 gr.
- **Espárrago verde:** Conserva vidrio y verde de calibre ancho

EMBUTIDOS Y QUESOS

- **Jamón Serrano** a precios económicos
- **Ibérico al 100%** no hay oferta
- **Quesos mixto vaca-oveja.** Oveja puro es menos común

CONSERVAS

- **Tomate** triturado, en trozos, pelado – Canal Horeca
- **Aceitunas** verdes y negras en rodajas, enteras – Canal Horeca
- **Conservas gourmet: tendencia de consumo al alza**– Alcachofas, pimientos, palmito, champiñón, pepinillo

AGUACATE

- **Incremento del consumo**
- **Lo más producido es el aguacate Fortuna/Quintal** en febrero/marzo
- **Oportunidad:** Contra estación u otras variedades

CINNGRA

ESTRATEGIAS DE MERCADO A TENER EN CUENTA

- Los inversores prefieren **realizar alianzas** a firmar contratos de distribución en exclusiva que les haga correr riesgos solos

- Los productos Europeos están **muy bien valorados** ya que un alto índice de su población es extranjera y, un gran porcentaje, europea

- Tienen muy en cuenta el **apoyo comercial** para la introducción del producto en el mercado y la **capacidad financiera** del importador. El **éxito depende de la inversión en promoción y publicidad del producto** en el mercado

- Sector **gourmet:** Valora mucho la **presencia e imagen** del producto, en conjunto, buscan un alto nivel de su **sofisticación**

- Exigen **productos muy diferenciados** a los que ya hay en el mercado. Buscan que sean novedosos, exclusivos…

- Período Medio de Pago: Buscan **facilidad de pago.** Practican la **cultura de pago a plazos**

CHILE

POBLACIÓN: 19 millones de habitantes

RELACIÓN COMERCIAL CHILE - GRANADA

(2019)

- Chile es el cliente número 26 de exportaciones granadinas (en 2018 era el 25)

- En 2019 se exportaron productos con valor de **8,6 millones** de euros de **Granada a Chile.** De ese total:
  - 72% correspondió al sector alimentario, bebidas y tabaco
  - 16% correspondió a el sector de productos semi-facturados
  - 8% correspondió a el sector de bienes de equipo

- De los **6,2 millones de euros** de exportación del sector alimentario, las categorías con más movimiento fueron
  - 77% Preparados alimenticios
  - 11% Cacao, azúcar y café
  - 9 % Bebidas

CINNGRA

PERFIL DEL CONSUMIDOR EN CHILE
PRODUCTOS EXPORTADOS

- El consumidor busca comprar alimentos que le proporcionen una alimentación **saludable y nutritiva**
- Entre los consumidores, los productos españoles son considerados **productos de alta calidad**
- Los productos premium o gourmet son productos con **mayor valor percibido**

ESPÁRRAGOS

· **Fresco o congelado: 1,6 Millones de euros** en los últimos 5 años. **100%** importado desde **Perú**
· **En conserva: 1,2 Millones de euros** en los últimos 5 años. **98%** importado desde **Perú**

VINO

· **2,7 Millones de euros** en los últimos 4 años
· **39%** Importado desde **Argentina**
· **27%** Importado desde **España**

JAMÓN

· **1,6 Millones de euros** en los últimos 4 años
· **99%** Importado desde **España**
· **1%** Importado desde **Italia**

AOVE (importado)

· **5,5 Millones de euros** en los últimos 4 años
· **55%** Importado desde **Portugal**
· **22%** Importado desde **España**

AOVE (exportado)

· **47 Millones de euros** en los últimos 4 años
· **55%** Exportado a **Brasil**
· **33%** Exportado a **EE.UU.**

CINNGRA

PERÚ

POBLACIÓN: 32 millones de habitantes

PRINCIPALES SOCIOS COMERCIALES: EE.UU, Países Bajos, **España,** Inglaterra, Ecuador, China, Alemania, Colombia, Chile y Canadá

Crecimiento económico sostenido y durante 21 años

RELACIÓN COMERCIAL PERÚ - ESPAÑA

- El sector de los **productos procesados** crece en torno a un **4%** anualmente. Las importaciones peruanas de alimentos elaborados alcanzaron en 2018 un valor aproximado de 1.300 millones de $, de los cuales 67 correspondían a producto español

- Los alimentos **procesados a partir de cereales** representan un **33%** de las exportaciones españolas de alimentos procesados, seguido de carnes procesadas (25%) y frutas y verduras procesadas (25%)

- Los **productos de confitería suponen un 11%** del valor total de las exportaciones españolas. El pescado procesado juega con un 4% y las bebidas azucaradas con un 1%

- En cuanto al tipo de exportador, **no existe** un gran exportador de alimentos procesados hacia Perú, sino que son muchas las empresas que exportan producto en pequeñas cantidades

- El **valor** de las importaciones peruanas de frutas y verduras españolas ascendió en 2018 a 31.000 $, lo que representa un 0,025% de las importaciones totales de estos productos. Una cifra modesta viene que viene condicionada por la distancia y la considerable oferta de productos locales.

- Los productos exportados por España en 2018 **corresponden a espinacas y aceitunas**

CINNGRA

OPORTUNIDADES PARA PRODUCTOS DE GRANADA

PRODUCTOS CON ALTA OPORTUNIDAD DE INGRESO AL MERCADO

· ACEITE DE OLIVA · VINOS · JAMÓN Y EMBUTIDOS · QUESO · CONFITERÍA

PRODUCTOS SIN OPORTUNIDAD DE INGRESO EN EL MERCADO (por ser Perú productor)

· AGUACATES (palta) · CHIRIMOYA · ESPÁRRAGOS

PRODUCTOS SIN MUCHA OPORTUNUDAD DE INGRESO EN EL MERCADO (por bajo consumo)

· **CORDERO** (Va a depender de la presentación y el precio y sería mediante un importador de productos gourmet)

CINNGRA

REGISTROS Y CERTIFICACIONES

ORGANISMOS

ALIMENTOS SIMPLES
ALIMENTOS Y BEBIDAS
PROCESADOS EN GENERAL

Ministerio de Salud
DIGESA
DIRECCION GENERAL DE SALUD AMBIENTAL

ALIMENTOS DE ORIGEN ANIMAL Y AGRARIO
CARNES FRESCAS Y CONGELADAS
TRANSFORMADOS CÁRNICOS
JAMÓN Y PALETA
FRUTA Y VERDURA

Ministerio de Agricultura
SENASA
Servicio Nacional de Sanidad Agraria
PERÚ

CINNGRA