

2016



Alcachofas

de Perú en el mercado español



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo



“Este perfil de producto ha sido realizado en el mercado colombiano por la consultora FESOC S.A.C., utilizando fuentes primarias y secundarias. El trabajo realizado por la consultora ha sido supervisado y validado por la OCEX Madrid y ha contado con la colaboración de la Dirección de Desarrollo de Mercados Internacionales del MINCETUR y Promperú. Se autoriza la reproducción de la información contenida en este documento siempre y cuando se mencione la fuente: MINCETUR. Plan de Desarrollo de Mercado de España”.



ALCACHOFAS

Índice

Resumen Ejecutivo	6	1.4. Ventajas del producto peruano y competencia	34
Antecedentes	6	1.4.1. Atributos del producto peruano	34
Metodología de estudio	7	1.4.2. Percepción del producto peruano	34
01. Mercado - Descripción del Sector	8	1.4.3. Sugerencias comerciales	35
1.1. Tamaño del mercado	11	02. Condiciones de Acceso	36
1.1.1. Producción española	11	2.1. Aranceles y otros impuestos	36
1.1.2. Exportaciones españolas	15	2.2. Normas de origen y pruebas de origen	38
1.1.3. Importaciones españolas	18	2.3. Requisitos específicos del importador español	40
1.1.4. Importaciones desde Perú	21	2.4. Barreras, estándares y normas	40
1.2. Características generales	21	03. Canales de Distribución y Comercialización	43
1.2.1. Usos y formas de consumo	21	04. Información Adicional	48
1.2.2. Descripción, especificaciones del producto y formas de presentación	22	4.1. Datos de contacto de importadores	48
1.2.3. Auditoría en tiendas	25	4.2. Oficinas/Gremios de interés	49
1.2.4. Análisis de la competencia	27	4.3. Ferias del sector	50
1.2.5. Regiones/Sectores de mayor consumo	28	4.4. Links de interés	50
1.3. Perfil, tendencias de consumidor y perspectivas del mercado	29	05. Bibliografía	51

Resumen Ejecutivo

Antecedentes

España es una potencia mundial en producción de hortalizas, aunque en la última década la superficie dedicada a estos cultivos ha descendido frente a un aumento de la productividad por hectárea.

En producción de alcachofas, España es el tercer productor mundial, por delante de Perú, que es el cuarto productor mundial. Aun así, a pesar de la producción nacional en España, se importa materia prima de otros países (destacando las importaciones desde Perú) y también se exporta

una cantidad importante de la producción española, principalmente a los países de la Unión Europea, por lo que la balanza comercial es positiva en cuanto a esta categoría de productos.

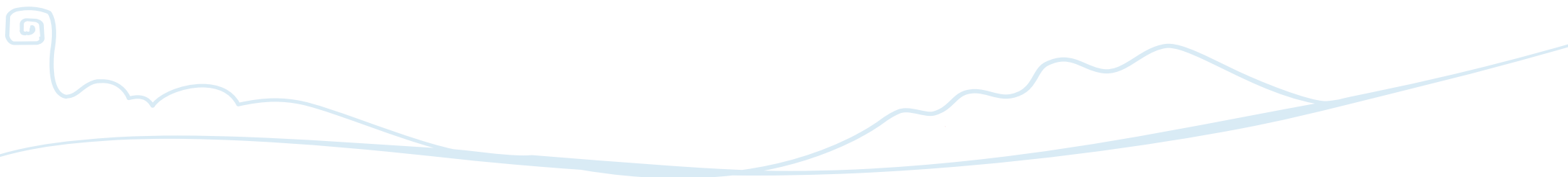
En relación al producto peruano, es conocido por los profesionales del sector, pero debe competir con los productos nacionales (en fresco y en conserva) que tienen una gran reconocimiento entre el consumidor final (como por ejemplo las alcachofas de Tudela).

Metodología de estudio

La metodología utilizada en el presente estudio está basada en un trabajo de investigación de fuentes primarias y secundarias como son las estadísticas, publicaciones, estudios previos, artículos de sitios web relacionados con el objeto de estudio, entrevistas y opiniones de expertos en el sector, entre otros. El estudio consta de dos partes importantes, una parte que corresponde al análisis cuantitativo y la otra al cualitativo.

En el análisis cuantitativo se muestran estadísticas de producción en toneladas (t) y en valor (miles de EUR); y por otro lado, las exportaciones e importaciones en volumen y valor de las partidas arancelarias de alcachofa en fresco, congelado y conserva, lo que ayudará a definir el tamaño del mercado español.

En el análisis cualitativo, se describen las principales tendencias del mercado, se han identificado productores, importadores, distribuidores, así como los canales de distribución definiendo en un análisis posterior del estudio el comportamiento del consumidor, la industria, la distribución, la comercialización, así como la tendencias del producto o desarrollos de nuevos productos, al que se añadirá una sección destinada a los requerimientos de acceso al mercado español y listados de contactos de promoción comercial y ventas, constituyendo así una herramienta útil para los exportadores peruanos que quieran tener acceso al mercado español.



01

Mercado - Descripción del Sector

España ha sido un país tradicionalmente agrícola, siendo hasta la década de 1960 el soporte principal de la economía española. En la actualidad ocupa el segundo lugar en Europa, después de Francia, en superficie cultivada, alcanzando un total de alrededor de 24,8 millones de hectáreas. Las condiciones climáticas del país, así como las características de sus suelos, han sido factores que han influido positivamente en el desarrollo agrario y han condicionado la diversidad de cultivos que se dan en España, encontrando tanto propios de climas tropicales, como de templados y mediterráneos.

En el año 2015, el sector agricultura español tuvo una participación 2,5% del PBI¹. Dentro del sector agrícola se encuentra el hortofrutícola, el cual representa el 9% del total de la superficie cultivable en toda España, según datos de FEPEX.

Por el lado del empleo, el sector agrícola en España ocupa el 2,5% del total de la fuerza laboral, para el año 2015.

Asimismo, según datos del Ministerio de Empleo y Seguro Social de España para el año 2012, el mercado laboral en el sector de hortofrutícola estaba compuesto aproximadamente por el 15% del total de afiliados a la Seguridad Social de toda España. Asimismo, dentro de este porcentaje el 60% eran hombres.

Dentro de este sector, la producción hortofrutícola tiene una gran importancia económica, suponiendo aproximadamente la mitad de la producción agrícola española. España es el segundo productor hortofrutícola de Europa después de Italia.

El sector hortofrutícola se caracteriza por una gran diversidad de productos: hortalizas, cítricos, frutas de hueso y de pepita, frutas tropicales, entre otros, con sistemas productivos muy diferentes, con explotaciones agrarias y estructuras comerciales completamente distintas.

El papel de las exportaciones de productos del sector es fundamental y supone el 40% de la producción por término medio. El destino de la producción hortofrutícola española ha influido de manera notable en su modernización, su vertebración y en la incorporación de innovaciones tecnológicas. También ha sido determinante en el desarrollo de la gran distribución y plataformas logísticas, que han permitido el desarrollo de algunas de las mayores centrales de compras en lo referente al producto fresco, mientras que en conservas y congelados se ha generalizado la marca de los distribuidores (marca blanca). Por otra parte, ha aumentado la variedad de productos elaborados, así como de presentación en fresco, mejorando las técnicas de conservación y diversificando la oferta según los nuevos requerimientos del mercado.

Sin embargo, no hay que olvidar que el sector agrario se encuentra inmerso en una crisis que es anterior a la crisis económica actual que se refleja en el fuerte aumento de los costes agrarios y en la presión que los mercados y la distribución ejercen sobre los precios agrarios, que se han ido incrementando paulatinamente, al mismo tiempo que ha disminuido la renta de los agricultores, forzando a un buen número de ellos a abandonar las producciones y haciendo necesaria una mayor concentración de la oferta. Asimismo, la competencia con terceros países es creciente y obliga a perseguir una comercialización más eficiente².

Por ello, en los últimos años se ha experimentado un importante aumento en las técnicas de producción sostenible, convirtiendo a España en uno de los principales exponentes de la Agricultura Ecológica, y se está adoptando cada vez más el modelo de producción integrada y respetuosa al medioambiente.

¹ Central Intelligence Agency: www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/sp.html

² "El Sector Hortofrutícola en España 2012. Estudio Prospectivo". Observatorio de las Ocupaciones. Ministerio de Empleo y Seguridad Social. Marzo 2013.

Estos cambios están fomentando el incremento de las centrales de manipulación y al desarrollo de las industrias conserveras, debido a la demanda creciente de los productos de IV y V Gama³.

El sector de la producción de la alcachofa también ha experimentado cambios y aunque España sigue siendo uno de los principales productores mundiales, en los

últimos años ha disminuido la superficie cultivable, empujada, entre otros, por el aumento de la producción en otros países como Perú, que en el año 2013 y 2014 fue el cuarto productor mundial⁴.

A continuación se detallan las partidas arancelarias del producto a analizar en el mercado de origen (Perú) y en el de destino (España).

Tabla 1: Partidas arancelarias en mercado de origen (Perú) y destino (España)

Partida Arancelaria en Perú	Descripción Arancelaria en Perú	Partida Arancelaria en España	Descripción arancelaria en España
0709.90.30.00	Alcachofas (alcauciles) frescas o refrigeradas	0709.91.00	Alcachofas frescas o refrigeradas
0710.80.90.00	Las demás hortalizas, aunque estén cocidas en agua o vapor, congeladas.	0710.80.80	Alcachofas aunque estén cocidas en agua o vapor, congeladas
2005.99.10.00	Alcachofas preparadas o conservadas (excepto en vinagre o acético), sin congelar	2005.99.30	Alcachofas preparadas o conservadas (excepto en vinagre o ácido acético), sin congelar

Fuente: SUNAT y Mi exportación (Export Helpdesk)

³ La IV Gama es una línea de hortalizas y frutas frescas, preparadas mediante diferentes operaciones unitarias tales como selección, pelado, cortado, lavado y envasado. Son conservadas, distribuidas y comercializadas bajo cadena de frío y están listas para ser consumidas crudas sin ningún tipo de operación adicional durante un período de vida útil de 7 a 10 días. En la actualidad, hay una gran variedad de productos, hojas de lechuga, de una sola clase o de varias, champiñón laminado, frutas cortadas, entre otros.

La V Gama, son aquellos productos cuyas formas comerciales implican haber recibido dos modos diferentes de manipulación tecnológica, es decir, un tratamiento térmico y un envasado, además del complemento del frío para su buena conservación. Los alimentos de V gama son productos tratados por calor, listos para consumir y que se comercializan refrigerados. Incluyen una amplia variedad de productos, desde verduras cocidas hasta platos preparados a base de carne, pescado, pasta, arroz, entre otros. La vida útil de estos productos varía entre 6 y 42 días dependiendo del tipo de alimento y el tratamiento térmico aplicado.

www.infoalimentacion.com/documentos/l_gama_V_gama.htm

⁴ Datos recogidos en FAOSTAT. faostat.fao.org/site/339/default.aspx

1.1. Tamaño del mercado

A continuación analizamos el tamaño del mercado. Para ello, se va a analizar la producción en España y las exportaciones, así como las importaciones totales españolas y las importaciones de Perú.

1.1.1. Producción española

La producción de alcachofa en España también se ha visto afectada por los cambios en el sector y aunque sigue siendo (en los años 2013 y 2014) el tercer productor mundial⁵ (por detrás de Italia y

Egipto), la producción ha disminuido de forma progresiva y sostenida a lo largo de los últimos años (aunque ha vuelto a aumentar en 2012 y 2013).

El descenso más acusado ocurrió a lo largo de la década de los 90 y, tras 10 años de relativa estabilidad sufrió otro retroceso, si bien se ha recuperado ligeramente en los últimos 4 años. Así, la producción total de alcachofa en 2014 (234 091 Tm) es inferior a la de 1990 (427 900 Tm)⁶.

A continuación se detalla la producción en los últimos años.

Tabla 2: Producción de alcachofa

Alcachofa	2010	2011	2012	2013	2014
Producción (t)	166 700	182 120	195 300	199 900	234 091
Valor (miles de EUR)	142 879	120 418	117 147	N.C. ⁷	N.C. ⁸

Fuente: FAOSTAT y MAGRAMA

Elaboración: MINCETUR

⁵ Datos recogidos en FAOSTAT. faostat.fao.org/site/339/default.aspx

⁶ "Perfil Alcachofa". Biblioteca Virtual. Plataforma de conocimiento para el medio rural y pesquero. Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.

⁷ Junio 2015, todavía no están publicados los datos en cuanto a valor de la producción en ninguna de las fuentes consultadas: INE, MAGRAMA y FAOSTAT.

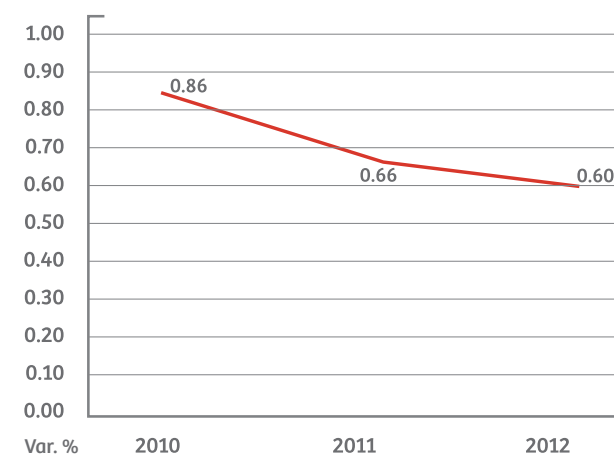
⁸ Junio 2015, todavía no están publicados los datos en cuanto a valor de la producción en ninguna de las fuentes consultadas: INE, MAGRAMA y FAOSTAT. En cuanto a volumen para el año 2014, sólo se han encontrado en el MAGRAMA.

Como se aprecia en la tabla 2, la producción ha sido creciente, siendo el año 2010 con 166 662 t el de menor producción, y el 2014 el de mayor producción con 234 091 t (un 40% más que en 2010). Las diferencias se deben entre otros aspectos a cuestiones climatológicas que afectan a la producción y al área cosechada que en 2010 alcanzó las 14 726 hectáreas y las 15 400 hectáreas en 2013⁹.

En cuanto a valor, también se aprecian oscilaciones, siendo el 2010 el año que la producción alcanzó mayor valor. En el siguiente gráfico 1 puede apreciarse la variación en el precio medio percibido por los agricultores (EUR/kg) en el período analizado:



Gráfico 1: Evolución del precio medio de la alcachofa EUR/kg



Fuente: MAGRAMA
Elaboración: MINCETUR

Como se puede apreciar, el precio medio de la alcachofa ha sufrido una tendencia decreciente alcanzando el pico más alto en el año 2010, llegando a EUR 0,86/kg y bajando a EUR 0,60/kg en 2012, lo que supone un declive de 30%, mientras que la producción aumenta un 17%.

Las principales zonas de cultivo en España son las comunidades autónomas del litoral del mediterráneo, especialmente en Murcia (de donde sale la mayoría de la exportación del producto de España), y donde se recolecta más de la tercera parte del total nacional. La región de Murcia, suministra en su mayor

parte al mercado español en fresco, hace exportaciones considerables y es la principal abastecedora de la industria transformadora.

En segundo lugar se encuentra la Comunidad Valenciana, que utiliza esta hortaliza en la elaboración de muchos y variados platos. Castellón y en concreto, los municipios amparados por la IGP "Alcachofa de Benicarló" son los mayores productores de la región.

En La Vega de Granada hay importantes regadíos especializados en esta hortaliza, que hacen que Andalucía sea la tercera

⁹ Datos recogidos en FAOSTAT. faostat3.fao.org/download/Q/QC/S

comunidad autónoma productora. A continuación está Cataluña, que en las proximidades de la costa produce alcachofas de gran calidad.

Casi todas las demás regiones son también productoras, pero de entre todas ellas destaca Navarra, que produce con excelente calidad estas hortalizas, comercializadas frescas, y que además, abastece a una muy cualificada industria conservera acogida a la IGP "Alcachofa de Tudela". En esta comunidad autónoma se encuentra el origen de la variedad "Blanca de Tudela", que se ha impuesto en los cultivos de toda España.

En cuanto a las épocas de producción, hay dos períodos bien delimitados que corresponden a la producción¹⁰:

» En otoño y principios del invierno (desde octubre hasta diciembre), en zonas templadas, muy sensibles a las heladas. Esta producción se concentra en Levante y cuando aparecen los primeros ejemplares en el mercado, se cotizan a niveles verdaderamente altos. Las plantaciones suelen realizarse en julio y agosto, y se pueden obtener producciones de otoño-invierno e incluso primavera en función de que la variedad sea más o menos precoz o tardía y se plante más temprano o más tarde¹¹.

» El otro período es en primavera, desde marzo hasta junio, ya que las altas temperaturas afectan negativamente a la calidad de esta hortaliza, endureciendo sus hojas, que se abren separándose del fruto y adquiriendo un sabor excesivamente amargo. Las plantaciones se suelen realizar en febrero y marzo, las cosechas suelen obtenerse hasta junio (aunque pueden obtenerse producciones hasta en julio y agosto si el verano es suave).

Según diversos documentos del MAGRAMA, un promedio del 50% de la producción se destina a la industria conservera y el otro 50% restante para el consumo en fresco, de ese porcentaje un 75% va al mercado interior y el 25% restante a la exportación, principalmente al mercado comunitario.

Para la industria conservera, las alcachofas empleadas deben estar sanas, limpias y exentas de defectos y manchas. Además, deben ser uniformes en tamaño, estructura y color.

¹⁰ "Alcachofa". Enciclopedia de los Alimentos. Alimentacion.es Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.

¹¹ De Dios Gamayo Díaz, Juan; Aguilar Rodriguez, Antonio; y Parra Galant, Joaquín. "Alcachofa multiplicada por semillas". Ediciones de Horticultura SL. 2005.

1.1.2. Exportaciones españolas

Tabla 3: Exportaciones totales y por países en valor (miles de EUR) y peso (t) de las partidas 0709.91.00, 0710.80.80 (fresco, refrigerado y congelado)

Países	2011		2012		2013		2014	
	Valor, Miles EUR	Peso, t	Valor, Miles EUR	Peso, t	Valor, Miles EUR	Peso, t	Valor, Miles EUR	Peso, t
Francia	16 094	10 288	15 443	11 346	17 575	14 771	16 897	13 797
Italia	7 981	4 593	4 390	3 042	5 081	3 968	7 550	5 485
Alemania	2 035	876	1 248	623	1 497	797	2 509	1 289
Países Bajos	676	398	900	549	1 134	687	1 049	650
Portugal	322	191	256	72	125	40	1 492	102
Total Mundo	28 337	17 088	24 096	17 456	27 338	21 484	31 656	22 859

Fuente: ESTACOM

Elaboración: MINCETUR

Las exportaciones totales de alcachofas frescas, refrigeradas o congeladas, han mostrado una tendencia creciente en cuanto a volumen, siendo el 2014 el año que representa el momento más alto en peso (22 859 t).

Como se puede apreciar, los principales destinos son mercados de la Unión Europea. Las exportaciones a Francia, se sitúan en primer lugar (con una

tendencia creciente en cuanto a volumen hasta 2013, bajando en 2014), seguido de Italia (con oscilaciones en el período analizado), Alemania, Países Bajos y Portugal. Todos los países analizados muestran variaciones en cuanto a las toneladas exportadas.

En cuanto a volumen, en la siguiente tabla se aprecia la evolución del precio medio EUR/kg:

Tabla 4: Evolución precio FOB exportaciones totales y por países EUR/kg partidas 0799.10; 0799.08.00; 0710.80.80, fresco, refrigerado y congelado

Países	2011	2012	2013	2014
Francia	1,56	1,36	1,19	1,22
Italia	1,74	1,44	1,28	1,38
Alemania	2,32	2,00	1,88	1,95
Países Bajos	1,70	1,64	1,65	1,61
Portugal	1,68	3,55	3,17	14,61
Total Mundo	1,66	1,38	1,27	1,38

Fuente: ESTACOM

Elaboración: MINCETUR

La tendencia en el precio a la exportación en el total ha oscilado en el período analizado. Si se analizan el precio de las exportaciones por países, también se

observan fluctuaciones aunque se observa una tendencia creciente en el total y por países en el año 2014 (respecto a 2013).

Tabla 5: Exportaciones totales y por países en valor (miles de EUR) y peso (t) de la partida 2005.99.30

Países	2011		2012		2013		2014	
	Valor, Miles EUR	Peso, t	Valor, Miles EUR	Peso, t	Valor, Miles EUR	Peso, t	Valor, Miles EUR	Peso, t
Estados Unidos	21 058	11 928	16 722	9 281	14 485	9 319	14 798	9 668
Francia	12 624	5 447	10 215	4 409	10 387	5 076	11 684	5 643
Alemania	7 265	3 462	9 172	4 323	7 878	4 294	6 981	3 558
Canadá	4 529	2 420	4 001	2 011	2 801	1 527	3 441	1 871
Italia	2 790	1 403	2 439	1 433	1 915	967	1 217	678
Reino Unido	1 561	658	1 401	585	3 005	1 679	2 051	985
Total Mundo	61 606	30 691	80 717	27 616	50 215	27 603	49 764	27 302

Fuente: ESTACOM

Elaboración: MINCETUR

Las exportaciones en conserva son ligeramente superiores a las de fresco, refrigerado o congelado. Además, existe una tendencia decreciente desde el 2011 en cuanto a valor y volumen.

Por países, en el producto en conserva, a diferencia del producto fresco, dentro de los principales países de destino, están dos países de fuera de la Unión Europea, Estados Unidos y Canadá. Estados Unidos es el principal destino en cuanto a volumen y muestra una caída en 2012 (respecto al

año anterior) y un ligero crecimiento en 2013 y 2014. Le sigue Francia, que también muestra una caída en 2012 que se recupera en los años siguientes. El resto de los países, también muestran una tendencia fluctuante en cuanto a volumen y valor.

A continuación se muestra una tabla con la evolución de los precios FOB de los principales destinos de las exportaciones de alcachofa en conserva.

Tabla 6: Evolución precio FOB (EUR/kg) principales países exportaciones partida 2005.99.30

Países	2011	2012	2013	2014
Estados Unidos	1,77	1,80	1,55	1,53
Francia	2,32	2,32	2,05	2,07
Alemania	2,10	2,12	1,83	1,96
Canadá	1,87	1,99	1,83	1,84
Italia	1,99	1,70	1,98	1,79
Reino Unido	2,37	2,39	1,79	2,08
Total Mundo	2,01	2,92	1,82	1,82

Fuente: ESTACOM

Elaboración: MINCETUR

En general, todos los países muestran una tendencia decreciente desde el 2011 al 2014, a diferencia de la producción que ha sido

creciente. El precio máximo se observa en Reino Unido en 2012 (EUR 2,39/kg) y el precio mínimo, Estados Unidos (EUR 1,53/kg) en 2014.

1.1.3. Importaciones españolas

A continuación se detallan las importaciones totales españolas en valor (miles de EUR) y peso (t), de las partidas analizadas: 0709.91.00; 0710.80.80; 2005.99.30¹³.

Tabla 7: Exportaciones totales y por países en valor (miles de EUR) y peso (t) de la partida 2005.99.30

Países	2011		2012		2013		2014	
	Valor, Miles EUR	Peso, t	Valor, Miles EUR	Peso, t	Valor, Miles EUR	Peso, t	Valor, Miles EUR	Peso, t
Egipto	7 984	5 227	4 119	2 821	2 371	1 859	3 024	1 967
Perú	2 115	685	2 557	806	2 321	722	2 639	800
Italia	284	67	300	70	300	84	313	74
Francia	186	145	236	151	268	146	348	169
China	38	18	182	72	51	19	48	19
Total Mundo	10 667	6 247	7 560	4 091	5 382	2 921	6 485	3 134

Fuente: ESTACOM
Elaboración: MINCETUR

Como se puede apreciar en la tabla 7, las importaciones totales no han sido constantes, oscilando en peso entre las 6 247 t en 2011 hasta las 3 134 t en 2014 (casi un 50% menos).

En relación a los países, Egipto se presenta como el principal proveedor en el período, fluctuando sus importaciones en peso, y con una tendencia decreciente en el período hasta 2013, pero con una dife-

rencia en cuanto a peso sustancial frente al siguiente proveedor que es Perú, donde el máximo de importaciones en volumen alcanzó las 806 t en 2012, para después descender hasta las 722 t en 2013 y recuperarse hasta 800 t en 2014.

En la siguiente tabla se puede apreciar la evolución del precio CIF de las importaciones en EUR /kg.

Tabla 8: Evolución del precio CIF (EUR /kg) de las importaciones partida 0709.91.00; 0710.80.80

Países	2011	2012	2013	2014
Egipto	1,53	1,46	1,28	1,54
Perú	3,09	3,17	3,21	3,30
Italia	4,23	4,32	3,57	4,22
Francia	1,28	1,57	1,84	2,06
Unión Europea sin Determinar	1,54	1,53	1,47	2,55
Total Mundo	1,71	1,85	1,84	2,07

Fuente: ESTACOM
Elaboración: MINCETUR

Egipto, principal proveedor de fresco, refrigerado y congelado, muestra los precios más bajos (junto con Francia). Perú es el segundo proveedor, pero no tiene los precios más bajos, dado que Francia, Egipto o China son los que presentan los precios más bajos (del conjunto de países analizado) aunque las importaciones desde Perú son más fuertes

que el resto de países (excepto Egipto). De los principales importadores analizados, Italia es el que presenta precios más altos.

En cuanto a las importaciones del producto en conserva a continuación se desglosan en la tabla 8, las importaciones totales y por los principales países de origen.

Tabla 9: Principales importaciones partida arancelaria 2005.99.30 en valor (EUR) y volumen/peso (t)

Países	2011		2012		2013		2014	
	Valor, Miles EUR	Peso, t	Valor, Miles EUR	Peso, t	Valor, Miles EUR	Peso, t	Valor, Miles EUR	Peso, t
Perú	20 301	9 340	23 442	9 492	17 544	7 338	13 276	6 014
China	1 502	669	1 121	440	1 426	563	726	308
Italia	508	114	615	116	581	112	782	154
Alemania	72	26	150	42	99	30	362	128
UE sin Determinar	65	42	310	203	60	41	59	23
Total Mundo	23 071	10 530	25 756	10 353	19 906	8 207	15 283	6 669

Fuente: ESTACOM
Elaboración: MINCETUR

¹³2005.99.30 -- (desde 01.01.2007) alcachofas, preparadas o conservadas (excepto en vinagre o ácido acético), sin congelar.
0710.80.80 -- alcachofas, incluso cocidas con agua o vapor, congeladas.
0709.90.80 -- (desde 01.01.07 hasta 31.12.11) alcachofas (alcauciles), frescas o refrigeradas.
070991 -- (desde 01.01.12) alcachofas (alcauciles), frescas o refrigeradas

Perú es el principal proveedor de alcachofas preparadas o conservadas, con una diferencia acusada en cuanto a volumen respecto al segundo proveedor, China. Las importaciones desde Perú, muestran una tendencia decreciente, pasando de 9 340 t en 2011 a 6 014 t en 2014 (un -35%). Esta tendencia, también

se observa en las importaciones totales. El resto de países analizados muestran una tendencia con oscilaciones en cuanto a valor y volumen.

En cuanto a la evolución del precio, se puede apreciar en la siguiente tabla:

Tabla 10: Evolución del precio CIF (EUR /kg) de las importaciones partida 2005.99.30

Países	2011	2012	2013	2014
Perú	2,17	2,47	2,39	2,21
China	2,25	2,54	2,53	2,36
Italia	4,46	5,29	5,20	5,07
Alemania	2,81	3,52	3,33	2,83
Unión Europea sin Determinar ¹⁴	1,54	1,53	1,47	2,55
Total Mundo	2,19	2,49	2,43	2,29

Fuente: ESTACOM
Elaboración: MINCETUR

Como se puede apreciar los precios más bajos corresponden a Perú, seguido de China. Los precios más altos se observan en las importaciones provenientes de Italia.

La evolución del precio de la mercancía proveniente de Perú, ha variado a lo largo del período analizado, siendo el 2012 el año con el precio más alto, para luego descender hasta recuperar valores más cercanos al precio de 2011.

1.1.4. Importaciones desde Perú

Como ya se ha expuesto en las tablas anteriores, Perú, es el principal exportador de alcachofas a España en preparado y conserva, y el segundo en fresco, refrigerado o congelado.

En cuanto a la competencia en las importaciones, Egipto y China (ver tablas 7, 8, 9 y 10), son los dos países que representan una competencia más directa si bien la suma de sus importaciones en peso no llega en peso al de las importaciones de Perú.

1.2. Características generales

1.2.1. Usos y formas de consumo

Las alcachofas tienen un arraigo importante en la cultura del consumidor español, a pesar de no gozar de un consumo tan fuerte como otras verduras y hortalizas como la lechuga, el tomate o la patata, pero forman parte de la dieta de la cultura mediterránea.

Las alcachofas se pueden encontrar en varias modalidades:

» Fresco: Es la más frecuente: alcachofas cortadas, separadas del tallo y comercializadas al peso. Es recomendable utilizarlas enseguida, aunque pueden conservarse en buenas condiciones

una semana en la zona menos fría de la nevera. Cada vez se extiende más la posibilidad de comprarlas por unidades, a menudo en manojos de media o una docena y con rabo largo que debe estar turgente, ya que es una característica que denota su frescura. Si las consigues así, puede conservarlas introduciéndolas en agua, de la misma forma que si se tratase de flores. Se pueden cocinar tanto al horno (al papillote) como cocidas o cocidas para después cocinarlas en tempura o con harina.

» Congeladas: Se encuentran ya sea en corazones para ser hervidas o rehogadas o con otras verduras y hortalizas (como menestra).

» En conserva. Con alcachofas se elaboran unas excelentes conservas, perfectamente adecuadas para ser utilizadas en la cocina. Las conservas, en función del tratamiento que se dé a la alcachofa, pueden ser:

- “corazones”, formados por las inflorescencias desprovistas de las brácteas exteriores, es decir, exclusivamente la parte tierna;
- “fondos”, formados exclusivamente por la base de las inflorescencias desprovistas totalmente de brácteas;
- “carne de alcachofa”, hecha con trozos irregulares de los fondos; y
- el “puré”, que se prepara con las inflorescencias a las que, previamente, se ha triturado.

¹⁴En las estadísticas oficiales de ESTACOM, viene así denominado “Unión Europea sin determinar”.

En cuanto al canal HORECA, las alcachofas que se utilizan pueden ser frescas (en su mayoría) o congeladas y en conserva (generalmente en presentaciones de bolsas grandes para canal HORECA) y se pueden encontrar para su consumo de variadas formas, pero generalmente en :

- Como plato entrante en el menú (alcachofas rehogadas con jamón, en menestra de verduras, entre otros.) o en los últimos años, innovando con ingredientes de otros países como tempura de alcachofas.
- Como acompañamiento de platos principales.

1.2.2. Descripción, especificaciones del producto y formas de presentación

Las principales formas de presentación que se han encontrado en supermercados, hipermercados y tiendas especializadas, son las siguientes:

- » Producto fresco al peso o en bandeja de 500gr, 800gr, entre otros.
- » Producto congelado en bolsa de alcachofas y en menestras de verduras (en diferentes tamaños).
- » Producto en conserva, tanto en lata, cristal como envasado en plástico al vacío o en lata. En conserva, es un producto que se encuentra con frecuencia como producto gourmet, generalmente envasado en cristal.
- » Platos preparados como "alcachofa rellena de marisco" (ver foto).

A continuación se muestran fotografías de presentación del producto:



Fuente: www.dia.es



Fuente: www.caprichosdelpaladar.com



Fuente: www.findus.es



Fuente: conservaseleccion.com



Fuente: www.alcachofina.com



Fuente: www.carrefour.es



Fuente: www.foodvac.es



Fuente: www.caprichosdelpaladar.com



Fuente: www.exito.com/products



Fuente: www.elcorteingles.es



Fuente: www.rosara.com

1.2.3. Auditoría en tiendas

Para conocer los productos y las presentaciones más comunes en el mercado español se ha realizado una auditoría en tiendas. Se han escogido supermercados, hipermercados y tiendas especializadas.

A continuación se detallan los precios de algunos productos de alcachofas frescas, congeladas y en conserva que se han encontrado en el análisis de tiendas que se ha realizado:

Tabla 11: Visita a tiendas

Nombre del Establecimiento	Segmento	Peso	Precio	Formato	Origen
Alcampo	Congelado	400 G	EUR 1,88	Bolsa, alcachofa troceada	España
Alcampo	Congelado	200 G	EUR 2,49	Bolsa, corazones de alcachofas	España
Alcampo	Congelado	400 G	EUR 2,88	Bolsa, alcachofa cortada frudesa	España
Carrefour	Congelado	400 G	EUR 1,79	Bolsa, corte de alcachofas	España
El corte ingles	Conservas	400 G	EUR 8,10	Rosara, Corazones del alcahófias de tudela, frasco.	España
El corte ingles	Conservas	620 G	EUR 6,05	Leyenda, corazones de alcachofas al natural, frasco	España

Nombre del Establecimiento	Segmento	Peso	Precio	Formato	Origen
El corte ingles (sección gourmet)	Conservas	430 G	EUR 6,25	Leyenda, corazones de alcachofas extra en aceite de oliva, frasco	España
El corte ingles	Conservas	205 G	EUR 2,65	Caprichos del paladar, trozos de alcachofas de tapeo, categoría extra, tarro	España
El corte ingles (sección gourmet)	Conservas	445 G	EUR 38,60	Caprichos del paladar, alcachofas 100 frutos tarro	España
El corte ingles (club del gourmet)	Conservas	390 G	EUR 9,9	Alcachofas rellenas de marisco	España
Supermercado dia (low cost)	Conservas	240 G	EUR 1,94	Corazones de alcachofa 12/14 en lata	N.S.
Supermercado dia (low cost)	Conserva	115 ML	EUR 1,37	Corazones de alcachofa en cristal	N.S.
Frutas carmen tienda on line	Fresco	1 Kg	EUR 2,08	Al peso. (Esta alcachofa procede producción Ecológica)	España
Frutas charito tienda on line	Fresco	1 Kg	EUR 3,99	Alcachofas, al peso	N.S.

Fuente: MINCETUR tras visita a diferentes establecimientos

1.2.4. Análisis de la competencia

Como ya se ha mencionado previamente en el punto de las importaciones españolas, los principales competidores de Perú son fuera del continente europeo las de Egipto y China, y en Europa, Francia, Italia o Alemania.

Las importaciones provenientes de Egipto han mostrado un precio más bajo y un comportamiento irregular en cuanto al peso importado. En el 2011 que el producto alcanza el precio más alto también es el que año más importaciones en cuanto a peso se realizan (5 227 t). En el 2012 y 2013, el precio disminuye y las importaciones en peso también. En 2014, aumenta el precio y las importaciones ligeramente.

En cuanto al producto de Europa, la alcachofa de Francia es reconocida en el mercado español por su calidad, pero las importaciones (en cuanto a peso t) no son tan importantes como las de Perú. La estacionalidad de la producción (la de Francia puede coincidir con la de España) puede ser un factor para que las importaciones no sean tan relevantes, dado que el precio es de los más bajos de los países analizados.

Pero en el caso de las alcachofas, la principal competencia es el propio producto que se produce en España, que cuenta con la percepción del consumidor que es de buena calidad y buen precio y como se ha visto, se produce en cantidad para poder abastecer el mercado, por lo que las importaciones no son muy elevadas, al menos si se compara con la producción nacional.

La producción nacional se concentra entre los meses de octubre y junio. Las principales importaciones, según datos de ESTACOM, se realizan en los meses de octubre a febrero (principalmente de las partidas 2005.99.30 y 0710.80.80) coincidiendo con las épocas de mayor producción en España, pero también con las de mayor consumo en España y países de Europa como Francia y Alemania (principales países de las exportaciones de España). Sin embargo, según los datos y estadísticas recogidas por la Federación Española de Asociaciones de Productores Exportadores de Frutas, Hortalizas, Flores y Plantas vivas (FEPEX)¹⁵, los precios de las importaciones alcanzan sus precios máximos en los meses de junio y octubre, cuando las importaciones en volumen no son tan elevadas.

¹⁵ www.fepex.es/datos-del-sector/exportacion-importacion-esp%C3%B1ola-frutas-hortalizas

1.2.5. Regiones/Sectores de mayor consumo

Del análisis realizado en tiendas y los datos de diversas fuentes, entre ellas MAGRAMA (Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente) y MERCASA, el consumo de alcachofa se realiza principalmente en el hogar y en menor medida en el canal HORECA.

El gasto total en alimentación del año 2014 alcanzó los EUR 98 052 millones:

- » Canal HORECA, el consumo en alimentación extradoméstica alcanzó los EUR 31 609 millones en 2014 (un 32,2% del total). Las principales ventas en el consumo extrahogar se realizan en restaurantes de servicio completo (a la carta y menú) alcanzando un 48,9%, seguido de Restaurante de servicio rápido o barra que alcanza el 31,5%¹⁶. En cuanto al consumo de los diferentes grupos de alimentos, existe una progresiva concentración de consumo hacia productos más básicos y funcionales en cada gama (pasta, bollería, pollo, base pan, entre otros), en detrimento de otros de mayor valor o de preparación más compleja (vacuno y porcino, pescados, ensaladas, entre otros.), exis-

tiendo excepciones a esta tendencia (incremento de la categoría de frutas, un 2,2% más que en 2013; descenso de la categoría de patatas).

- » El consumo en el hogar, alcanzó los EUR 66 443 millones y supuso el 67,8% del total¹⁷. En el perfil del consumidor, se analizará más detenidamente los hábitos de compra del consumidor español. En cuanto a las formas de presentación, aquí podemos distinguir diferentes tipos de presentación, dependiendo de si se trata de fresco, congelado o en conserva (ver fotos de presentación en apartado 1.2.2. Descripción, especificaciones del producto y formas de presentación). En todos los supermercados, hipermercados, se ha encontrado el producto tanto en fresco, congelado y en conserva. En las tiendas especializadas (frutería/verdulería) y tiendas on line, se encontraba el producto fresco y en conserva.

En cuanto al consumo por regiones de hortaliza fresca, por comunidades autónomas, Aragón, Cataluña y Murcia, cuentan con los mayores consumos mientras que la demanda más reducida se asocia a Canarias, Extremadura y Asturias.

Finalmente, el consumo por regiones en cuanto a frutas y verduras transformadas por comunidades autónomas, Madrid, Cantabria y Castilla-La Mancha cuentan con los mayores consumos mientras que la demanda más reducida se asocia a Asturias, Galicia y Navarra.

1.3. Perfil, tendencias de consumidor y perspectivas del mercado

En el perfil del consumidor, se debe diferenciar entre el perfil y tendencias en las hortalizas frescas y el de las hortalizas conservadas.

Perfil y tendencias del consumidor en hortalizas frescas

Durante el año 2013, los hogares españoles consumieron 2 923,5 millones de kg de hortalizas frescas y gastaron EUR 4 627 millones en estos productos. En términos per cápita, se llegó a 64,4 kg de consumo y EUR 101,9 de gasto¹⁸.

El consumo más notable se asocia a los tomates (15,2 kg por persona y año), lo que representa un 23,6% del consumo total de hortalizas frescas, seguido de las

cebollas (7,9 kg per cápita y 12,3% del consumo total) y de los pimientos (5,2 kg per cápita y 8,1% de consumo). Por su parte, las lechugas, escarolas y endivias representan consumos menores, alcanzando los 4,7 kg por persona al año (7,3% del consumo total de hortalizas frescas).

En términos de gasto, los tomates concentran el 19,8%, con un total de EUR 20,2 por persona, seguido de las lechugas, escarolas y endivias, con el 8,9% y un total de EUR 9,1 por persona. A continuación se encuentra el pimiento, que alcanza el 8,4% del gasto total en hortalizas frescas (EUR 8,6 por persona); y las cebollas, con un porcentaje del 7,9% y EUR 8,1 persona. En cuanto al perfil del consumidor en hortalizas frescas, se pueden resaltar las siguientes características¹⁹:

- » Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase baja y media baja tienen el consumo más reducido.
- » Los hogares sin niños consumen más cantidad de hortalizas frescas, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de seis años.

¹⁶ "Informe del consumo de alimentación en España 2014". Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente. Mayo 2015.

¹⁷ "Informe del consumo de alimentación en España 2014". Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente. Mayo 2015.

¹⁸ "Consumo de frutas y hortalizas en España". Anuario de Alimentación en España 2014 MERCASA.

¹⁹ "Consumo de frutas y hortalizas en España". Anuario de Alimentación en España 2014 MERCASA.

- » Si la persona encargada de hacer la compra no trabaja, el consumo de hortalizas frescas es superior.
- » En los hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de hortalizas frescas es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene menos de 35 años.
- » Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de hortalizas frescas, mientras que los índices se van reduciendo a medida que aumenta el número de miembros del núcleo familiar.
- » Los consumidores que residen en grandes núcleos urbanos (más de 500 000 habitantes) cuentan con mayor consumo per cápita de hortalizas frescas, mientras que los menores consumos tienen lugar en los municipios con censos de entre 10 000 y 100 000 habitantes.
- » Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de retirados, adultos y jóvenes independientes y

parejas adultas sin hijos, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos, independientemente de la edad de los mismos, los hogares monoparentales, y las parejas jóvenes sin hijos.

En cuanto a la evolución de hortalizas frescas los últimos años, se destaca lo siguiente²⁰:

Durante los últimos cinco años, el consumo de hortalizas frescas ha descendido 0,8 kg por persona y el gasto ha experimentado un crecimiento de EUR 0,80 per cápita. En el período 2009-2013, el consumo más elevado se produjo en el año 2009 (65,2 kg), mientras que el mayor gasto tuvo lugar en el ejercicio 2013 (EUR 101,9 por consumidor).

En la familia de hortalizas frescas, la evolución del consumo per cápita durante el período 2009-2013 ha sido diferente para cada tipo de producto. Respecto a la demanda de 2009, el consumo de tomates se mantiene estable, mientras que en cebollas, hortalizas ecológicas, hortalizas de IV gama, lechugas, escarolas y endivias se produce un descenso.

Perfil y tendencias del consumidor en hortalizas transformadas²¹

Durante el año 2013 los hogares españoles consumieron cerca de 606,9 millones de kg de frutas y hortalizas transformadas y gastaron en torno a EUR 1 2670,8 millones en estos productos. En términos per cápita, se llegó a 13,4 kg de consumo y EUR 28 de gasto.

El consumo más notable se asocia a las frutas y hortalizas en conserva (10,1 kg por persona y año), mientras que las frutas y hortalizas congeladas representan un consumo de 3,2 kg per cápita. Dentro de las frutas y hortalizas en conserva, destaca el tomate, con un consumo per cápita de 5,3 kg al año.

En términos de gasto, las frutas y hortalizas en conserva concentran el 78,9% del gasto, con un total de EUR 22,8 por persona, mientras que las frutas y hortalizas congeladas alcanzan un porcentaje del 21,1% y un total de EUR 5,9 por persona al año. Dentro de las frutas y hortalizas en conserva destaca el tomate, que representa un 24,6% del total de los productos hortofrutícolas transformados (EUR 6,9 per cápita).

En términos per cápita, el consumo de frutas y hortalizas transformadas durante el año 2013 presenta distintas particularidades:

- » Los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase baja tienen el consumo más reducido.
- » Los hogares sin niños consumen más cantidad de frutas y hortalizas transformadas, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de seis años.
- » Los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de frutas y hortalizas transformadas, mientras que los índices se van reduciendo a medida que aumenta el número de miembros en el núcleo familiar.

²⁰ "Consumo de frutas y hortalizas en España". Anuario de Alimentación en España 2014. MERCASA.

²¹ "Consumo de frutas y hortalizas en España". Anuario de Alimentación en España 2014. MERCASA.

Durante los últimos cinco años, el consumo de frutas y hortalizas transformadas ha caído 0,3 kg por persona y el gasto ha experimentado un descenso de EUR 0,5 per cápita. En el período 2009-2013, el consumo más elevado se produjo en el año 2010 (13,7 kg), mientras que el mayor gasto tuvo lugar en el ejercicio 2013 (EUR 28 por consumidor).

En la familia de frutas y hortalizas transformadas, la evolución del consumo per cápita durante el período 2009-2013 ha

sido similar para cada tipo de producto. Respecto a la demanda de 2009, el consumo de hortalizas congeladas, frutas y hortalizas en conserva experimenta un descenso.

En cuanto al consumo en valor y volumen de alcachofas, a continuación se detalla el consumo de las alcachofas transformadas:

Tabla 12: Consumo de alcachofa transformada en volumen (kg) y valor (miles EUR)

Año	Volumen (miles de kg)	Valor (miles de EUR)	Precio medio kg	Consumo per cápita	Gasto per cápita
2013	7 859,85	35 780,87	4,55	0,17	0,77
2014	9 347,92	40 615,80	4,34	0,21	0,91

Fuente: INE
Elaboración: MINCETUR

Como se puede apreciar en la tabla, el consumo ha aumentado en el año 2014 respecto al año anterior, aumento un 19% en cuanto a volumen y un 13% en cuanto

a valor; sin embargo, el precio medio ha decrecido. En cuanto al consumo y gasto por cápita, también se observa un aumento.

En relación a las perspectivas del mercado, y tras las visitas a tiendas realizadas y las entrevistas a empresas del sector se aconseja, por la propia dinámica de consumo en España:

- » Aprovechar la existencia de una tendencia creciente a producto bio y comida sana. La cultura mediterránea, basada en productos como verduras, carnes, productos del mar y frutas, está ganando nuevamente importancia en el mercado español, por lo que los platos cocinados con estos ingredientes, tienen buena recepción en el mercado.
- » Debido al ritmo de vida en España, las comidas precocinadas y con valor de producto sano (como ensaladas, o productos precocinados con bajo valor calórico) están ganando peso en el consumo diario y se manifiesta también en las propuestas del menú del día “bajo en calorías” que se encuentra a menudo en la oferta diaria de la restauración española (muy común en España). La alcachofa, por su bajo valor en calo-

rías, es una verdura que encaja en este concepto, y es utilizada para complementar platos elaborados con otros productos (como ensaladas), de ahí la demanda del producto en conserva.

- » Debido a la propia dinámica del consumidor español, está creciendo la demanda de productos de IV y V Gama²², que requieren investigación ya que debe conseguirse máxima seguridad en la elaboración de los productos. Hay productos que debido a las propias características son difíciles de incorporar al formato IV gama, aunque en España se está avanzando como es el caso de la preparación de alcachofa fresca en láminas, perfeccionando su procesado y eliminando el inconveniente de la fácil oxidación.
- » Tener en el mercado productos preparados congelados o en conserva, listos para consumir. Aunque estos productos tienen una aceptación baja entre los consumidores, se espera que el consumo pueda crecer en los próximos años, debido a los cambios en las pautas de los consumidores.

²²La IV Gama es una línea de hortalizas y frutas frescas, preparadas mediante diferentes operaciones unitarias tales como selección, pelado, cortado, lavado y envasado. Son conservadas, distribuidas y comercializadas bajo cadena de frío y están listas para ser consumidas crudas sin ningún tipo de operación adicional durante un período de vida útil de 7 a 10 días. En la actualidad, hay una gran variedad de productos, hojas de lechuga, de una sola clase o de varias, champiñón laminado, frutas cortadas, etc.

La V Gama, son aquellos productos cuyas formas comerciales implican haber recibido dos modos diferentes de manipulación tecnológica, es decir, un tratamiento térmico y un envasado, además del complemento del frío para su buena conservación. Los alimentos de V gama son productos tratados por calor, listos para consumir y que se comercializan refrigerados. Incluyen una amplia variedad de productos, desde verduras cocidas hasta platos preparados a base de carne, pescado, pasta, arroz, etc. La vida útil de estos productos varía entre 6 y 42 días dependiendo del tipo de alimento y el tratamiento térmico aplicado.

www.infoalimentacion.com/documentos/l_gama_V_gama.htm

1.4. Ventajas del producto peruano y competencia

Para la elaboración de este estudio, se entrevistaron a importadores de frutas y hortalizas a los que se consultó sobre los siguientes aspectos:

- Atributos del producto.
- Posicionamiento de Perú.
- Sugerencias comerciales.

Las empresas entrevistadas fueron las siguientes:

- ALCACHOFAR SL
- González García Hnos. SL
- Conservas Almanaque SL
- Conservas Martínez García SL
- Francisco Martínez Lozano SA
- Victoria Mixed Pickles SL
- Centro Sur
- Conservas Ferrer
- Campo Rico

1.4.1. Atributos del producto peruano

- » Buena relación precio-calidad. Los importadores buscan un producto de calidad y a precio razonable. La calidad de la materia prima fue mencionada en algunas ocasiones frente a la calidad de los productos de otras zonas geográficas.
- » La estacionalidad en la producción puede ser una ventaja para el producto peruano (si bien cada vez es más fácil encontrar producción española durante todo el año debido al aumento de la producción de zonas del Sur con clima más templado y también debido a la extensión de invernaderos).

1.4.2. Percepción del producto peruano

De las entrevistas realizadas a profesionales del sector, en general, la alcachofa peruana, es conocida por los profesionales del sector; pero en menor medida por el consumidor español. En general, goza de una mayor aceptación que el producto que procede de otras zonas como China.

1.4.3. Sugerencias comerciales

Por las entrevistas realizadas, la alcachofa peruana es conocida por los profesionales del sector, pero debido a la importancia de la producción nacional y al reconocimiento de la calidad que tienen por ejemplo las "alcachofas de Tudela", se recomienda las siguientes acciones comerciales:

- » Realizar acciones comerciales encaminadas a posicionar el producto como producto de calidad o gourmet, dando a conocer las cualidades del producto. Según estudios realizados en España, al margen de la procedencia del producto, la trayectoria que se observa para los productos de alcachofa son la mejora de los productos de conserva, y con innovaciones de alcachofas mínimamente procesadas en los productos de IV y V gama listos para consumir²³.
- » Que los productos de alcachofa cuenten con una clasificación o categoría "Denominación de Origen" (como en España, en donde existe el reconocimiento a la alcachofa con denominación de origen de Benicarló o Tudela) puede mejorar la imagen de calidad de la alcachofa, y además puede ser utilizado tanto para los productos frescos o refrigerados como en conserva.

- » Dado que la mayoría de las importaciones peruanas son de producto preparado o en conserva, se recomienda la utilización de envases como los que se utilizan en la calidad gourmet (por ejemplo, presentación en tarros de cristal) y con información que pueda resaltar la calidad del producto de Perú.
- » Dado el crecimiento en la demanda de productos de IV y V Gama, podrían buscarse alianzas con empresas procesadoras españolas para fomentar el desarrollo de productos de este tipo (aunque debido al corto plazo de conservación de los productos de IV gama, se tendrán que procesar en destino).
- » Considerar la producción ecológica de este tipo de productos como un atributo cada vez más valorado por el consumidor español.

²³Ruiz Hernández, M^a Victoria; y De Miguel Gómez, M^a Dolores. " Situación del cultivo de la alcachofa en España". Biblioteca de Horticultura.

02

Condiciones de Acceso²⁴

2.1. Aranceles y otros impuestos

A continuación se detallan los aranceles aplicables a cada una de las partidas analizadas.

Tabla 13: Arancel partida 0709.91.00

Origen	Tipo de medida	Derecho de aduana	Condiciones	Pié de página	Legislación europea
Erga omnes	Derecho terceros países	Precios de entrada	--	Pb002	R1001/13
Erga omnes	Valor de importación a tanto alzado	Eur 72,9 /100 kg ²⁵	--	--	C0041/14
Perú	Preferencias Arancelarias	Precios de entrada*	--	Pb002*	D0735/12

Fuente: Export Helpdesk. *Los precios de entrada son especificados en la siguiente tabla 13

Tabla 14: Detalles aranceles de la partida 0709.91.00 "Precios de entrada"

Aranceles - Detalles		
V1	Si el precio de entrada declarado es igual o superior a eur 82,60 / 100 kg	Aplicar un derecho de 0 %
V2	Si el precio de entrada declarado es igual o superior a eur 80,90 / 100 kg	Aplicar un derecho de 0 % + eur 1,70/ 100 kg
V3	Si el precio de entrada declarado es igual o superior a eur 79,30 / 100 kg	Aplicar un derecho de 0 % + eur 3,30/ 100 kg
V4	Si el precio de entrada declarado es igual o superior a eur 77,60 / 100 kg	Aplicar un derecho de 0 % + eur 5,00/ 100 kg
V5	Si el precio de entrada declarado es igual o superior a eur 76,00 / 100 kg	Aplicar un derecho de 0 % + eur 6,60/ 100 kg
V6	Si el precio de entrada declarado es igual o superior a eur 0 / 100 kg	Aplicar un derecho de 0 % + eur 22,90/ 100 kg

Fuente: Export Helpdesk

Grauámenes interiores comunes a todas las partidas

- 4% ²⁶IVA España (excluyendo XC XL²⁷) (última fecha de revisión:01/07/2015).
- 10% IVA España (excluyendo XC XL²⁸) (última fecha de revisión: 01/07/2015).

²⁴ Para más información sobre todo este apartado, se aconseja acudir a la web de la Comisión Europea Export Help Desk.

exporthelp.europa.eu/thdapp/index.htm?newLanguageId=ES

²⁵ Este valor no es constante, por ello debe revisarse los valores antes de iniciar la exportación.

²⁶ El IVA del 4% se aplica a frutas, verduras, legumbres, tubérculos y cereales como productos naturales. Para el resto de productos se aplica el 10%.

²⁷ Las Islas Canarias, Ceuta y Melilla son territorios españoles sujetos a una excepción parcial de los impuestos especiales.

²⁸ Las Islas Canarias, Ceuta y Melilla son territorios españoles sujetos a una excepción parcial de los impuestos especiales.

NOTA: Las Islas Canarias, Ceuta y Melilla están excluidos de la aplicación del IVA por ser considerados zonas o territorios terceros. En reemplazo del IVA, Las Islas Canarias aplican otros impuestos, tales como el Impuesto General Indirecto Canario (IGIC), su tasa varía dependiendo del tipo de producto importado y el Arbitrio sobre las Importaciones y Entregas de Bienes de Bienes en las Islas Canarias

(AIEM), que grava las importaciones de productos que son producidos en las Islas con la finalidad de salvaguardar ciertos sectores manufactureros; además forman parte de la Aduanas de la UE. Mientras que Ceuta y Melilla no forman parte de ella; no obstante imponen el Impuesto sobre la Producción, Servicios y la Importación (IPSI).

2.2. Normas de origen y pruebas de origen

Reglas de origen del Acuerdo de Libre Comercio – Perú y UE

Las alcachofas exportadas frescas clasificadas bajo el Capítulo 07 del Sistema Armonizado no deben cumplir ningún Requisito Específico de Origen, debido a que son exportados sin añadirseles algún material o insumo procedente de terceros países, ni pasan por un proceso de fabricación o transformación por el cual se le ha añadido valor. Según el art. 2 del Anexo II del Acuerdo Comercial Perú – Unión Europea,

estos productos calificarán como originarios bajo el criterio de “Totalmente Obtenidos”, si fueron cosechados o recolectados en el territorio de alguna de las Partes.

En el caso de las preparaciones de alcachofas exportadas bajo el Capítulo 20 del Sistema Armonizado, se tendrá que cumplir con la siguiente norma de origen:

Tabla 15: Norma de origen

Partida SA	Designación de las mercancías	Elaboración o transformación aplicada a las materias no originarias que les confiere el carácter de originarias
ex capítulo 20	Preparaciones de hortalizas, frutas u otros frutos o demás partes de plantas	Fabricación en la cual todas las hortalizas o frutas u otros frutos de los Capítulos 7 y 8 utilizados deben ser totalmente obtenidos, según lo explicado en el párrafo anterior.

Para acogerse al trato arancelario preferencial en la Unión Europea, los productos originarios de Perú deberán estar acompañados de:

Certificado de Circulación de Mercancías EUR.1 (Certificado de Origen): el cual es expedido a través del Componente Origen de la Ventanilla Única de Comercio Exterior – VUCE por alguna de las entidades delegadas por el MINCETUR para emitir este tipo de documentos. El exportador (o el representante autorizado) que solicite un certificado deberá estar preparado para entregar documentación que justifique el carácter originario de los productos en cuestión cuando se solicite, y cumplir con los otros requisitos incluidos en el Anexo II del Acuerdo. El formato de este certificado se encuentra incluido en el Apéndice 3 del Anexo II del Acuerdo.

Declaración en factura emitida por un exportador: cuando se complete una declaración en factura, el exportador deberá estar preparado para entregar documentación que demuestre el carácter originario de sus productos y cumplir con los demás requisitos del Protocolo sobre normas de origen. El formato de la declaración en factura se encuentra detallado en el Apéndice 4 del Anexo II del Acuerdo.

NOTA: El Anexo II del Acuerdo Perú– Unión Europea se encuentra en la siguiente dirección web:

www.acuerdoscomerciales.gob.pe/images/stories/union_europea/espanol_2012_06/Anexo%20II.pdf

Cabe recalcar que las pruebas de origen tienen una validez de 12 meses a partir de su expedición. Asimismo, existe una guía de usuario para el exportador-productor peruano elaborada por MINCETUR para la tramitación de los certificados de origen en el marco de la Ventanilla Única de Comercio Exterior –VUCE, organización que facilita y asesora los procesos de comercio exterior y que es administrada por MINCETUR.

Para mayor información:

www.acuerdoscomerciales.gob.pe/images/stories/union_europea/espanol_2012_06/00_preambulo.pdf

2.3. Requisitos específicos del importador español

En las entrevistas realizadas a importadores y distribuidores en el sector, no pusieron de manifiesto ningún requisito de certificación, pero pusieron énfasis en que la calidad del producto debe estar muy controlada durante todo el proceso.

Sería recomendable que las empresas peruanas cuenten con certificaciones de calidad.

2.4. Barreras, estándares y normas

Toda la información contenida en este apartado se ha realizado siguiendo la página de la Comisión Europea. Para más información sobre los requisitos, se puede acudir al siguiente link:

exporthelp.europa.eu/thdapp/display.htm?page=form%2fform_MiExportacion.html&docType=main&languageId=es

Requerimientos comunes a todas las partidas que comprenden la alcachofa²⁹

- Control de los contaminantes alimenticios en alimentos
- Control de los residuos de plaguicidas en productos alimenticios de origen vegetal y animal
- Control sanitario de los productos alimenticios de origen no animal
- Etiquetado de productos alimenticios
- Trazabilidad, cumplimiento y responsabilidad en los alimentos y los piensos
- Normas de comercialización de las frutas y hortalizas frescas
- Voluntario - Productos de producción ecológica

Requerimiento a la partida 0710.80.80 (además de los descri-tos anteriormente):

- Normas de comercialización de las frutas y hortalizas frescas

A continuación se detalla brevemente el etiquetado de los productos:

Etiquetado de los productos

Todos los productos alimenticios comercializados en la Unión Europea deben cumplir con las normas de etiquetado de la Unión Europea, cuyo objetivo es garantizar que los consumidores reciban toda la información esencial para tomar una decisión informada al comprar sus productos alimenticios.

El etiquetado de este tipo de productos, está regulado por el Reglamento nº1 1169/2011 (que deroga el Consejo Directivo 2000/13/EC, OJ L-109 06/05/2000) y debe cumplir con las siguientes condiciones³⁰:

- » Nombre del producto bajo el cual será vendido. Ni el nombre de la marca ni el de fantasía puede sustituir el nombre genérico, solo puede ser usado adicionalmente a este. Las condiciones físicas (congelado, ahumado, entre otros.) deben ser incluidas ya que la omisión de estas puede confundir al cliente.
- » Lista de ingredientes (si corresponde), incluidos aditivos en decreciente orden de peso.
- » Peso neto de los productos pre-empaquetados.
- » Fecha mínima de durabilidad, en el orden de día, mes y año precedida por la frase “consumir antes de”, o “consumir durante” según las características del producto.
- » Condiciones especiales de almacenamiento.
- » Marca o nombre de la empresa y dirección del fabricante, empaquetador o vendedor establecido en la Comunidad Europea.
- » Número de lote, precedido por la letra L.

²⁹ Dado que la legislación es cambiante, aquí se citan los requisitos específicos de las partidas para su ingreso en España en julio de 2015. Para más detalles sobre normativa, se recomienda acudir a la web de Export Helpdesk que pertenece a la Unión Europea. En esta web, en el apartado “Mi exportación”, se encuentra toda la información sobre los requisitos y la normativa que debe aplicarse por partida arancelaria. Se aconseja visitar esta web antes de iniciar una venta de exportación a cualquier país de la Unión Europea.

³⁰ Este reglamento ha introducido cambios para el etiquetado de los productos (desde el 13 de diciembre de 2014), además, es más extenso que las líneas generales aquí marcadas, por lo que se aconseja revisar la web de Export Helpdesk, para que las etiquetas cumplan los requisitos de la Unión Europea: exporthelp.europa.eu/thdapp/taxes/show2Files.htm?dir=/requirements&reporterId1=EU&file1=ehir_eu15_04u001/eu/main_es/req_lblfood_eu_010_0612_es.htm&reporterLabel1=EU&reporterId2=ES&file2=ehir_es15_04u001/es/main_es/req_lblfood_es_010_0612_es.htm&reporterLabel2=Espa%F1a+%28excluyendo+XC+XL%29&label=LabelLink+for+foodstuffs&languageId=es&status=PROD

03

Estas indicaciones deberán aparecer en el envase o en una etiqueta adherida a los productos alimenticios preenvasados. En el caso de los alimentos pre-ensados destinados a colectividades (productos alimenticios que se venden a granel), los datos del etiquetado obligatorio debe figurar en los documentos comerciales, mientras que el nombre con el que se vende, la fecha de caducidad y el nombre del fabricante deberán figurar en el envase exterior.

La información proporcionada por las etiquetas debe ser fácil de entender, fácilmente visible, claramente legible e indeleble y deberán presentarse en el idioma oficial del Estado miembro donde se comercialice el producto. Sin embargo, el uso de términos extranjeros o expresiones de fácil comprensión por parte del comprador se permite.

Además, de acuerdo a la Regulación de la UE nº1169/2011 a partir del 13 de diciembre de 2016, será obligatorio incluir una declaración nutricional, que contenga los siguientes aspectos:

- » Valor energético;
- » La cantidad de grasas, grasas saturadas, carbohidratos, azúcar, proteína y sal.

» El contenido de esta declaración obligatoria puede complementarse con información adicional sobre las cantidades de monoinsaturados, poliinsaturados, polioles, almidón o fibra.

Asimismo, y si se trata de productos quick frozen, hay que tener en cuenta que la Directiva 89/108/EEC de Consejo del 21 de diciembre de 1988 especifica sobre las leyes en los Estados miembros relacionados con alimentos quick-frozen para el consumo humano.

Información específica para España:

El contenido de la etiqueta debe estar, al menos en español. El cumplimiento de los requisitos de etiquetado y la exactitud de la información contenida en la etiqueta se puede comprobar en cualquier etapa de la cadena de distribución (por ejemplo, el despacho de aduana, los almacenes distribuidores, mayoristas o tiendas minoristas).

Canales de Distribución y Comercialización³¹

La cadena de distribución y comercialización se puede agrupar en dos grandes categorías: tradicional y moderna³²:

» La cadena de producción tradicional cuyas figuras relevantes son los mayoristas tanto en origen y en destino y los mercados donde trabajan estos mayoristas, MERCAS. Actualmente, está formada por 23 Unidades Alimentarias; gestiona diariamente la exposición y venta de verduras. Los clientes de los mayoristas asentados en los MERCAS son principalmente los minoristas tradicionales y el canal HORECA,

aunque también suministran, en ciertas ocasiones, a la distribución moderna. Los Mayoristas independientes en destino, realizan labores similares a aquellos asentados en el Merca, pero desarrollan su actividad en la propia red de mercados.

» La cadena de producción moderna basada en centrales de compra o plataformas de distribución para llevar los productos comercializados hasta sus puntos de venta minoristas. Principalmente se abastecen de las centrales hortofrutícolas.

³¹ Además de las empresas importadoras recogidas en el apartado 6.3., a continuación se detallan dos links sobre distribuidores de conservas de alcachofas:

www.interempresas.net/Distribucion-Hortofruticola/Empresas/Alcachofar.es.kompass.com/a/alcachofas/0228010

³² "Estudio de la cadena de valor y formación de precios del calabacín". Observatorio del precio de los alimentos. Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino. Julio 2009.

En el siguiente flujograma, se muestra la estructura de la cadena de distribución y comercialización desde el origen.

Gráfico 2: Cadena de distribución y comercialización de verduras frescas y procesadas desde el origen³³



Fuente: La cadena agroalimentaria en España. Juan José Toribio 2012³⁴.

³³ "Estudio de la cadena de valor y formación de precios del sector de la judía verde plana". Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente. Diciembre de 2012.

³⁴ "Estudio de canal de distribución supermercados en España". Oficina Comercial de Chile en Madrid. ProChile. 2013.

Tabla 16: Canales de distribución y comercialización

Producción	Comercialización Origen y/o Transformación	Comercialización Destino	Venta en Tienda
<ol style="list-style-type: none"> 1. Compra de semillas y plantación en semillero. 2. Preparación de la tierra. 3. Trasplante o siembra. 4. Labores de mantenimiento del cultivo. 5. Recolección manual. 6. Transporte hasta la planta de comercialización 	<ul style="list-style-type: none"> • Alhóndigas <ol style="list-style-type: none"> 1. Servicios de asistencia técnica al agricultor y gestión comercial. 2. Recepción, clasificación, control y calibrado. 3. Almacenamiento, preparación, envasado y embalaje. 4. Control de calidad final. 5. Venta de lotes aislados y asignación del precio a los lotes y facturación. 6. Paletizado- almacenamiento. • Central hortofrutícola <ol style="list-style-type: none"> 1. Servicios y asistencia técnica al agricultor y gestión comercial. 2. Recepción, clasificación, control y calibrado. 3. Almacenamiento, preparación, envasado y embalaje. 4. Control de calidad final. 5. Paletizado-almacenamiento. 6. Logística de recogida y entrega a mayorista. • Industria <ol style="list-style-type: none"> 1. Recepción, pesado y clasificación. 2. Preparación, pelado y cortado, estabilizado. 3. Proceso de deshidratación. 4. Inspección final. 5. Envasado y almacenamiento 6. Logística de recogida y entrega a mayorista o central de compras. • Importación <ol style="list-style-type: none"> 1. Recepción de mercancía 2. Selección y clasificación 3. Preparación, envasado, embalaje (si procede) 3. Paletizado y almacenamiento 4. Logística de recogida y entrega a industria, mayorista o central de compra. 	<ul style="list-style-type: none"> • MERCAS (canal Tradicional) <ol style="list-style-type: none"> 1. Selección de abastecimientos. 2. Transporte y gestión diaria de la recepción, exposición del producto en el puesto de venta del mayorista y almacenamiento del stock. 3. Venta. 4. Reposición y control de mermas. 5. Gestión y control de stock de envases retornables. 6. Actividades de marketing. 7. Otros servicios. • Centrales de compra y plataformas logísticas (canal Moderno) <ol style="list-style-type: none"> 1. Recepción de entradas. 2. Ubicación en el almacén. 3. Gestión y preparación de pedidos 4. Gestión de envases retornables. 5. Carga de pedidos y distribución. 6. Transporte a puntos de venta. 7. Control de calidad y trazabilidad. 	<ul style="list-style-type: none"> • Tienda Tradicional (canal tradicional) <ol style="list-style-type: none"> 1. Adquisición del producto y traslado a tienda. 2. Posicionamiento. 3. Reposición y retirada de productos deteriorados, caducados y/o residuos. 4. Venta del producto. 5. Gestión de la tienda y Comercialización. 6. Servicio a domicilio • Supermercados e hipermercados (canal Moderno) <ol style="list-style-type: none"> 1. Adquisición y recepción. 2. Posicionamiento. 3. Reposición y retirada de productos deteriorados, caducados y/o residuos del lineal de venta. 4. Gestión de envases retornables. 5. Servicios generales de atención al cliente. • Otras vías de distribución minorista <ol style="list-style-type: none"> 1. Adquisición y recepción. 2. Venta del producto.

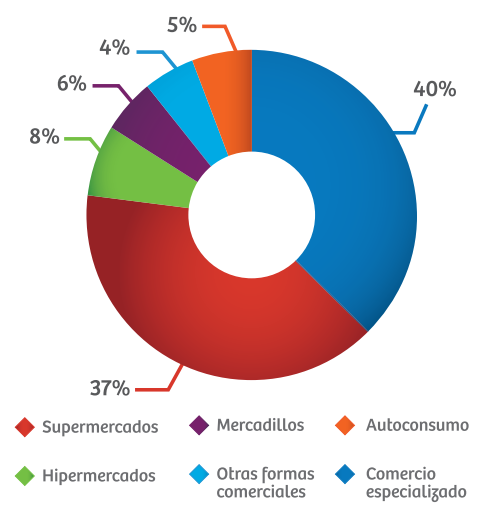
En el canal de distribución de las hortalizas hay que destacar la figura de las alhóndigas, que son centros de comercialización de carácter privado y que se localizan en el Levante y Andalucía Oriental. Están especializados en la venta de hortalizas y se orientan principalmente al mercado nacional. Realizan actividades de intermediario entre agricultor y el comercializador en destino, procediendo a la venta de los productos que son llevados a la alhóndiga directamente por los agricultores³⁵.

En relación a la comercialización en la distribución minorista, se encuentran tres figuras:

- » Supermercado e hipermercado, que lo integran los servicios de proximidad (autoservicios con superficies de menos de 400m), medianas superficies (supermercados), grandes superficies (hipermercados) y tiendas de descuento (tiendas con gama limitada de productos de alta rotación y consumo generalizado, normalmente de la marca del distribuidor a precios reducidos);
- » Tienda tradicional, con superficie de tamaño pequeño, configurando negocios de carácter familiar y tradicional o en mercados de abastos o galerías comerciales.
- » Otras vías de distribución minorista (con un menor peso en el conjunto de la distribución minorista), como los mercadillos, las tiendas cooperativas, tiendas on line (que están creciendo en los últimos años), entre otros.

En cuanto a la preferencia con respecto al lugar de compra de las hortalizas frescas de los consumidores españoles, en el gráfico 3 se muestra la cuota de mercado para el sector hogares:

Gráfico 3: Cuota de mercado para la comercialización de hortalizas frescas por formatos para hogares (%) 2013

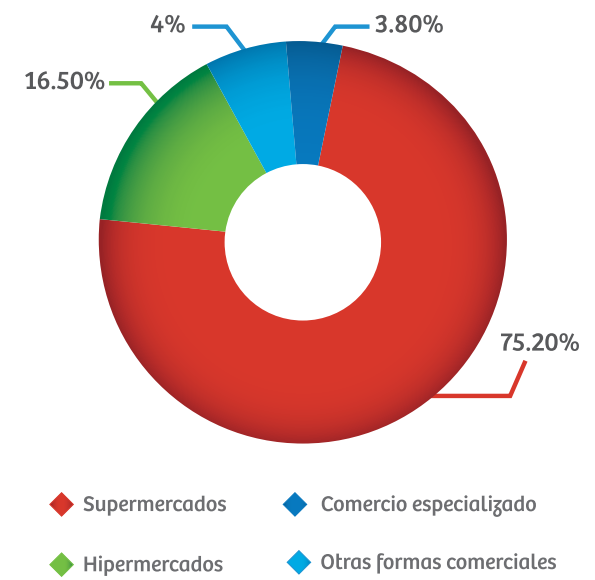


Fuente: MERCASA
Elaboración: MINCETUR

Las tiendas especializadas (40%) fueron la opción más utilizada para la compra de verduras frescas seguidas de los supermercados (37%). El hipermercado es la tercera opción, llegando al 8%.

En cuanto al lugar de compra de los consumidores para las conservas vegetales (las conservas de alcachofa suponen el 3,8% en volumen y el 7,2% del valor del total de conservas vegetales, lo que supone 10 422 toneladas y EUR 38 millones), en el gráfico 4 se muestra la cuota de mercado:

Gráfico 4: Cuota de mercado para la comercialización de conservas vegetales por formatos para hogares (%) 2013



Fuente: MERCASA
Elaboración: MINCETUR

Los supermercados son el lugar preferido por los consumidores españoles para adquirir las conservas vegetales (75,2%)

seguidos de los hipermercados (16,5%) y comercio especializado 2,80%. Las ventas en internet concentran el 0,5%.

04

Información Adicional

4.1. Datos de contacto de importadores

Tabla 17: Datos de contacto de importadores

Nº	EMPRESA	UBICACIÓN	CONTACTO
1	ALCACHOFAR S.L.	CALLE DIEGO DE RIAÑO, 5, SEVILLA, 41004, SEVILLA	--
2	GONZÁLEZ GARCÍA HNOS. S.L.	Ctra. San Fulgencio - Elche, km 4 - 03177 San Fulgencio (Alicante) - España	www.sanful.com admon@sanful.com 966 794 253
3	CONSERVAS ALMANAQUE	Raimundo Lanás 41 31261 Andosilla, Navarra	www.conservasalmanaque.com 948 690 683
4	CONSERVAS MARTÍNEZ GARCÍA	Au. Río Segura, Parc. 27-28 Polígono Industrial de Ceuti 30562 Ceuti Murcia España / Spain	www.cmgsi.com info@cmgsi.com 968 687 683
5	FRANCISCO MARTÍNEZ LOZANO S.A.	CANNED FOOD P.O. BOX 223 - 30530 Murcia-Spain	www.martinezlogano.com info@martinezlogano.com
6	VICTORIA MIXED PICKLES S.L.	Carretera Alicante Murcia, 2 03300 Orihuela, Alicante	victorimixedpickles.com info@victorimixedpickles.com 966 74 28 58
7	GLOBALIA FOODS S.L.	C/Profesor Joaquín Abellán, 39. Entresuelo, 2. 30500 Molina de Seguro (Murcia)	www.globaliafoods.com glabalia@globaliafoods.com 639 624 776
8	CENTRO SUR	Carretera de la estación s/n 18360 Huétor- Tájara Granada	www.centro-sur.es info@centro-sur.es 958 332 020
9	CONSERVAS FERRER	Pol. Ind. Santa Anna. Crta Santpedor a Navarcles Km4 08251 Santpedor Barcelona España	www.c-ferrer.com 938 72 512
10	CAMPO RICO	Carretera de Burguillos-Villaverde Parque Empresarial Cuarto de la Huerta s/n 41220 Burguillos Sevilla	www.camporico.com info@huertacamporico.es 955 738 980

4.2. Oficinas/Gremios de interés

Tabla 18: Oficinas/Gremios de interés

Oficina/Gremio	Ubicación	Teléfono/otros	Web
MERCASA. Servicio Público a la cadena alimentaria.	Paseo de la Habana 180 – 28036, Madrid - España	Tel: + 34 913 500 609. Fax: + 34 913 504 304	mercasa@mercasa.es
FEPEX. Federación Española de Asociaciones de Productores Exportadores de Frutas, Hortalizas, Flores y Plantas Vivas.	--	--	www.fepe.es
FRUIT ATTRACTION Feria Internacional del sector de frutas y hortalizas. Fecha: 15 al 17 de octubre de 2014.	Madrid	--	www.fruitattraction.ifema.es
BIOCULTURA Feria de productos ecológicos y consumo responsable. Hay varias ferias a lo largo del año en distintas ciudades (Valencia, Barcelona, Bilbao y Madrid).	--	--	www.biocultura.org

05

Bibliografía

4.3. Ferias del sector

Tabla 19: Ferias del sector

Ferias del sector	Ubicación	Teléfono/otros	Web
ALIMENTARIA Salón Internacional de la Alimentación y Bebidas Fecha: 31 de marzo A 3 DE ABRIL 2014 (feria bianual)	Barcelona	--	www.alimentaria-bcn.com
SALÓN DEL GOURMET. Feria Internacional de alimentos y bebidas gourmets. Fecha: 2014 (fecha a determinar, última edición: 10 al 13 de marzo 2014)	Madrid	--	www.gourmets.net/salon

4.4. Links de interés

- www.mercasa.es
- www.magrama.es
- www.alimarket.es
- www.fao.com
- www.icex.es
- exporthelp.europa.eu/thdapp/index.htm?newLanguageld=ES
- www.datacomex.comercio.es
- www.siicex.gob.pe
- www.mercamadrid.es
- www.mercabarna.es
- www.fepex.es
- madb.europa.eu
- www.horticulturablog.com
- www.carrefour.es
- www.dia.es
- www.elcorteingles.es
- www.franciscolucena.es
- www.frutascharito.es
- www.frutascarmen.com
- www.alimentaria-bcn.com
- www.fruitaltraction.ifema.es
- www.salondegourmets.com
- www.portalferias.com/ferias-agricultura---forestales-espana/s28;p1
- www.horticom.com

- » “Análisis cualitativo de las tendencias de la Restauración en 2012 en base a la percepción de los operadores del sector”. MERCASA. Noviembre 2012. Publicado por el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.
- » “Alcachofa”. Enciclopedia de los Alimentos. Alimentacion.es Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.
- » “Consumo de frutas y hortalizas en España”. Anuario de Alimentación en España 2014. MERCASA.
- » De Dios Gamayo Díaz, Juan; Aguilar Rodríguez, Antonio; y Parra Galant, Joaquín. “Alcachofa multiplicada por semillas”. Ediciones de Horticultura SL. 2005.
- » “El Sector Hortofrutícola en España 2012. Estudio Prospectivo”. Observatorio de las Ocupaciones. Ministerio de Empleo y Seguridad Social. Marzo 2013.
- » “Estudio de la cadena de valor y formación de precios del calabacín”. Observatorio del precio de los alimentos. Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino. Julio 2009.
- » “Estudio de la cadena de valor y formación de precios del sector de la judía verde plana”. Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente. Diciembre de 2012.
- » “Informe del consumo de alimentación en España 2014”. Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente. Mayo 2015.
- » “Ruiz Hernández, M^a Victoria; y De Miguel Gómez, M^a Dolores. “ Situación del cultivo de la alcachofa en España”. Biblioteca de Horticultura.
- » “Perfil Alcachofa”. Biblioteca Virtual. Plataforma de conocimiento para el medio rural y pesquero. Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.

2016



Perú



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo