

Perfil de **Uvas, Arándanos y Granadas** del mercado del Reino Unido



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo



Este perfil de producto ha sido realizado en el mercado de Reino Unido por la consultora Promar Internacional, utilizando fuentes primarias y secundarias. El trabajo realizado por la consultora ha sido supervisado y validado por la OCEX Londres 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 Reino Unido".





Resumen Ejecutivo

Introducción

La población del Reino Unido es de 63 millones de habitantes, y se espera que siga creciendo durante los siguientes veinticinco a treinta años hasta alcanzar los 70 millones de habitantes. La población del Reino Unido cada vez es más urbana y, en los últimos veinte años, se ha vuelto más diversa étnicamente. Aunque la economía se vio afectada negativamente por la crisis económica de finales de la década del 2000, la economía ha visto un crecimiento positivo en los últimos dos a tres años.

El Reino Unido es un productor de fruta de escala relativamente pequeña en términos internacionales. Produce una pequeña cantidad de arándanos y uvas; sin embargo, estas uvas se usan para el sector de fabricación de vino nacional y no produce granadas. Depende en gran medida de la importación de frutas, que suman 3,7 millones de toneladas por año, y tiene una larga tradición de importación de fruta de una amplia variedad de fuentes, incluyendo América Latina, África, Asia y desde Europa misma.

Perú se está convirtiendo en una fuente de suministro cada vez más importante, no solo para los productos revisados en este informe, sino también para otros productos, como mango, palta, cítricos y vegetales fuera de temporada, como los espárragos.

Las importaciones del Reino Unido de uvas, arándanos y granadas han aumentado durante los últimos diez años a los volúmenes del 2014 de 251

700 toneladas, 16 484 toneladas y 13 800 toneladas, respectivamente. Las proyecciones de crecimiento para estos productos tienen un crecimiento al alza, con la posible excepción de las granadas.

El Perú se encuentra en el lugar 19 entre los mayores proveedores de fruta para el Reino Unido, lo que representa aproximadamente el 2% del total de las importaciones de fruta en el año 2014. Sin embargo, ha reportado el mayor crecimiento en volumen de los 20 principales proveedores del Reino Unido, hasta por un 414% durante los últimos diez años. Perú se considera un proveedor cada vez más importante para el Reino Unido, con una visión muy favorable de su desempeño presente y futuro, tal como lo indican las principales compañías de cadena de suministro.

La estructura de la cadena de suministro de frutas en el Reino Unido ha cambiado significativamente en los últimos años, con una creciente consolidación llevándose a cabo. Los puntos clave que cabe destacar son los siguientes:

- La venta de frutas en el Reino Unido está dominada por los principales minoristas, pero está ocurriendo un cambio generalizado con el crecimiento de las cadenas de descuento alemanas, las compras en línea y los desarrollos en el sector de la industria de los alimentos poniendo presión en los 4 principales supermercados.



- Los principales minoristas del Reino Unido ahora están invirtiendo más en relaciones de suministro directo para asegurar la integridad de la cadena de suministro.
- Un número relativamente pequeño de importadores y distribuidores con una gran influencia son responsables de proveer a los principales minoristas. Con frecuencia se especializan en ciertos productos y áreas geográficas de abastecimiento, y normalmente suministran únicamente a 2 o 3 clientes minoristas clave. Los productores y exportadores peruanos deben desarrollar relaciones de trabajo cercanas con estos negocios clave para tener éxito en el Reino Unido.

Los minoristas del Reino Unido son reconocidos por tener algunos de los más altos estándares de calidad y especificaciones técnicas del mundo. Sin embargo, el impacto a largo plazo de la crisis económica ha visto el crecimiento del sector de descuento, y ha generado que los minoristas sean más conscientes de los costos de lo que eran en el pasado. Los altos estándares de calidad y los sistemas de rastreabilidad total son factores clave para que todas las empresas proveedoras sean exitosas en el Reino Unido, para asegurar que cumplan con los requerimientos de los estándares de alimentos para el Reino Unido y la UE, y también requerimientos específicos de los minoristas.

Existe una amplia legislación en el Reino Unido y la UE, además de otros requerimientos comerciales, en áreas como el uso de pesticidas,

La rastreabilidad de los productos, entre otros; pero esto no debe desincentivar a los productores y exportadores serios del Perú. Las acreditaciones como BRC y GLOBAL GAP se consideran estándares mínimos con los que se debe cumplir.

El sistema tradicional de mercados al por mayor ha estado bajo presión por un largo período de tiempo, pero se ha visto rejuvenecido por el crecimiento de los sectores de la industria de los alimentos y los servicios de alimentos. El principal negocio de la industria de los alimentos ahora opera con los mismos estándares técnicos y comerciales que los principales minoristas. El sector de servicios de alimentos (foodservice en inglés) aún se muestra muy fragmentado en comparación con el sector minorista, pero también está empezando a consolidarse.

Perú se beneficia del Tratado de Libre Comercio con la UE para uvas de mesa, arándanos y granadas, pero también lo hacen otros proveedores importantes. Por lo tanto, Perú no tiene una ventaja o desventaja tarifaria en ese sentido. Hay oportunidades de nichos de mercado en áreas como Comercio Justo y productos orgánicos, junto con las tendencias de los consumidores hacia consumir productos “comiendo sobre la marcha”, alimentos convenientes y saludables; todo lo cual debe beneficiar al sector de frutas frescas como tal.



Metodología de Estudio

El contenido del presente documento permitirá delimitar, planificar, recoger, analizar e interpretar información relevante sobre el mercado de la uva, arándano y granada en el Reino Unido, con el objetivo de incrementar las exportaciones a este mercado. Esto incluye la comunicación de los resultados obtenidos de manera comprensible y la elaboración de las correspondientes recomendaciones para identificar de manera práctica oportunidades de negocios para los exportadores peruanos.

La aplicación y gestión de esta nueva concepción estratégica implica revisar y fortalecer el uso de herramientas de inteligencia comercial, obtener fuentes de información primaria (específicamente recogida con carácter original para la investigación) y fuentes de información secundaria (basada en datos ya existentes y generalmente publicados



en diversos medios); asimismo, proponer la elaboración y el desarrollo de una competitiva oferta exportable que nos permita aprovechar las oportunidades comerciales identificadas.

En tal sentido, con la información recopilada, se harán dos tipos de análisis:

- Análisis cualitativo.- Que abarca los aspectos internos del individuo, es decir, sus motivaciones, actitudes, opiniones y/o creencias.
- Análisis cuantitativo. - Que abarca los aspectos numéricos de la información, aplica técnicas estadísticas, utiliza diseños descriptivos y causales.



Índice

Resumen Ejecutivo	4
Metodología de Estudio	8
01. Mercado - Descripción del Sector	12
1.1. Tamaño del mercado (demanda del producto específico)	12
1.1.1. Producción local de fruta	14
1.1.2. Importación de uvas, arándanos y granadas	16
1.2. Características generales	23
1.2.1. Usos y formas de consumo	23
1.2.2. Auditoría en tiendas	27
1.2.3. Análisis de la competencia	35
1.2.4. Regiones/sectores de mayor consumo dentro del mercado	36
1.3. Perfil, tendencias del consumidor y perspectivas del mercado	38
1.4. Ventajas del producto peruano y competencia	46
1.4.1. Atributos del producto peruano	46
1.4.2. Percepción del producto peruano	48



1.4.3. Sugerencias comerciales	52
1.4.4. Análisis de la competencia	54
02. Condiciones de Acceso	58
2.1. Aranceles	58
2.2. Normas de origen	61
2.3. Requisitos específicos de los importadores - compradores	62
2.4. Barreras, estándares y normas	65
03. Canales de Distribución y Comercialización	68
04. Información Adicional	78
4.1. Datos de contacto de importadores	78
4.2. Oficinas / Gremios	81
05. Links de Interés	82
06. Bibliografía	84
Anexo 1	86
Anexo 2	92
Anexo 3	94
Anexo 4	96



01

Mercado - Descripción del Sector

1.1 Tamaño del mercado (demanda del producto específico)

El mercado de frutas exóticas del Reino Unido ha crecido significativamente en el 2014, aumentando 7,2% en valor y 6,8% en volumen, beneficiando a tiendas de descuento (Aldi and Lidl) así como a los minoristas de alto nivel (M&S y Waitrose). De los consumidores que compran especies exóticas, ha habido un aumento de 6% en la frecuencia en que está comprando, debido los beneficios a la salud que ofrece, tal como sucede con la granada, siendo un fuerte impulsor del crecimiento.

El mercado de granadas en el Reino Unido está dominado por el sector de procesamiento que compra la fruta cruda. Una sola granada completa es difícil de promover directamente a los consumidores, ya que no es un producto para refrigerio.

Para muchos consumidores del Reino Unido, la granada es un producto

relativamente nuevo. Ha ganado popularidad debido a su vínculo como un superalimento ("superfood") y también por su uso como un ingrediente culinario, presentado por muchos chefs de televisión.

En el 2014, la categoría del arándano en el Reino Unido valía alrededor de GBP 229,9 millones, con un crecimiento del 25%, uno de los niveles de crecimiento más fuertes de todas las categorías de productos frescos en el Reino Unido. En 2011, los arándanos reemplazaron a las frambuesas como el segundo tipo de fruta suave más popular después de las fresas. Las nuevas variedades con mejor sabor y con una vida de anaquel mayor han ayudado a este crecimiento.

Las ventas de arándanos han sido impulsadas por su fuerte mensaje sobre la salud y la historia de los Superfoods

(superalimentos). Las ventas de arándanos también han sido impulsadas por tácticas agresivas de precios adoptadas por los minoristas durante el pico de suministros, lo que le permite ser una opción de fruta a un precio inferior para los consumidores y de compra continua.

Para los datos de importación y comercio del Reino Unido se usaron las subpartidas arancelarias correspondientes al Sistema Armonizado (SA), que se muestran a continuación de la siguiente forma:

- Uvas de mesa – 0806.10.10
- Arándanos – 0810.40.50
- Granadas – 0810.90.75 (incluye granadas, higos chumbos, nísperos y otros).

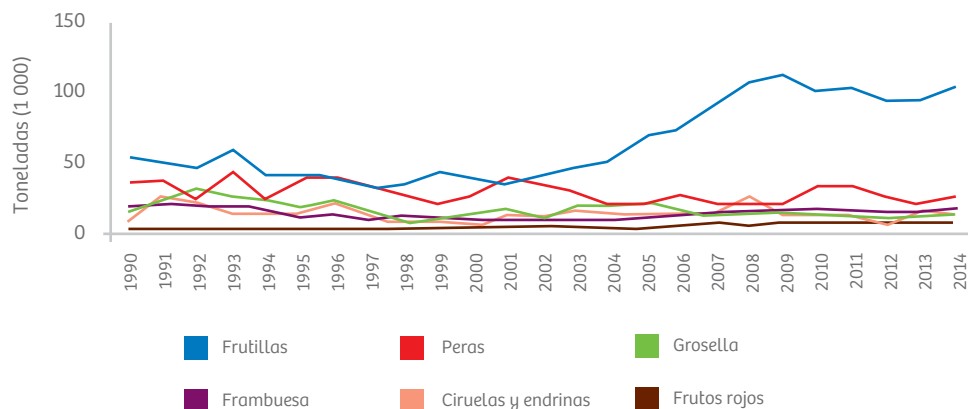


1.1.1 Producción local de fruta

El Reino Unido es un productor relativamente pequeño de productos hortícolas y, en el 2013, produjo aproximadamente 400 000 toneladas de fruta, ocupando el puesto 110 en el mundo en términos de producción de fruta. En comparación, los principales países productores y exportadores de frutas son China, India, Brasil, Estados Unidos, Turquía, Francia, Italia y España.

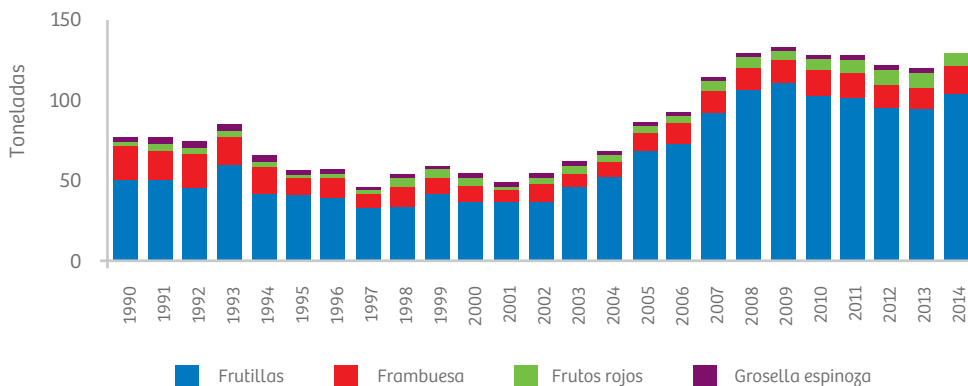
La producción total de fruta del Reino Unido ha permanecido relativamente estable durante los últimos diez años, aunque ha bajado desde su máximo de 517 000 toneladas hace 20 años. En el 2013, la principal fruta producida fue la manzana con 217 000 toneladas, que representó el 55% del volumen total, o. Durante los últimos veinte años, se ha seguido una tendencia descendente constante, desde 355 000 toneladas registrados en 1993.

Gráfico N° 1: Producción de frutas del Reino Unido (en miles de toneladas)



Fuente: Estadísticas FAO (FAOSTAT), DEFRA

Gráfico N° 2: Producción de frutos rojos del Reino Unido, 1990 - 2013 (en miles de toneladas)



Fuente: Estadísticas FAO (FAOSTAT), DEFRA

La demanda de frutos rojos en el Reino Unido ha crecido significativamente durante los últimos veinte años y, particularmente, desde el año 2000, siendo uno de los más exitosos. En el año 2000, produjo 53 000 toneladas de frutos rojos; en contraste con el año 2013, ha aumentado un 123%, que significa un volumen de 119 000 toneladas. De esta producción, las frutillas representan el 80% y siguen las frambuesas con 12%.

El Reino Unido no produce granadas, y solo produce menos de 1000 toneladas de uvas, que se usan para la fabricación de

vino. De los tres productos que se revisan, la producción de arándanos es la más significativa con 1700 toneladas, la que ha aumentado en 1400 toneladas durante los últimos cinco años.

La producción de arándanos en el Reino Unido ha ido aumentando, hasta un 482% desde 2008. Sin embargo, a diferencia de las fresas, las cuales son vistas por los consumidores como una fruta de Reino Unido típica de verano, todo el año hay demanda de arándanos, lo que presenta grandes oportunidades para los abastecedores de temporada, como Perú.

En el 2014, la categoría del arándano en el Reino Unido valía alrededor de GBP 229,9 millones, con un crecimiento del 25%, uno de los niveles de crecimiento más fuertes de todas las categorías de productos frescos en el Reino Unido. En 2011, los

arándanos reemplazaron a las frambuesas como el segundo tipo de fruta suave más popular después de las fresas. Las nuevas variedades con mejor sabor y con una vida de anaquel mayor han ayudado a este crecimiento.

1.1.2 Importación de uvas, arándanos y granadas

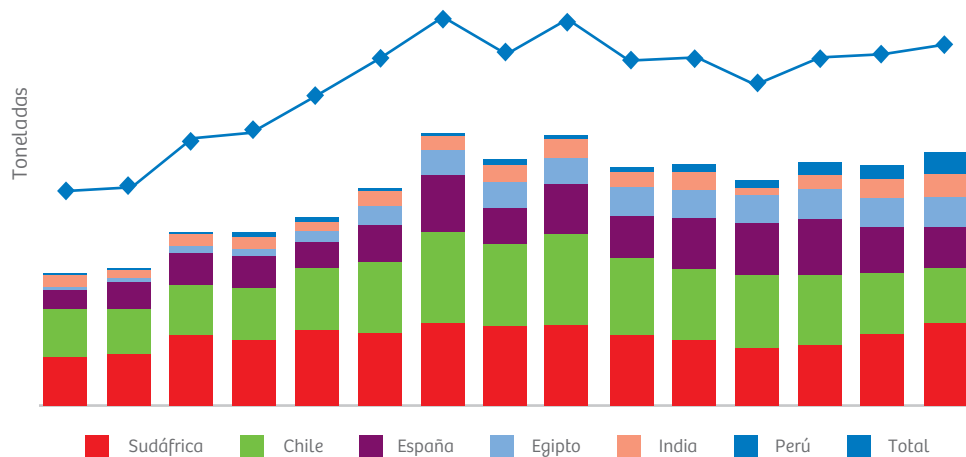
Importación de uvas del Reino Unido

El Reino Unido importó más de 250 000 toneladas de uvas de mesa durante el 2014. De este volumen, aproximadamente el 70% se adquirió de países no pertenecientes a la UE. Durante los últimos cinco años, las importaciones de uva del Reino Unido han aumentado un 4%, desde 242 000 toneladas.

El mayor proveedor para el Reino Unido en el 2014 fue Sudáfrica, con 58 600, aunque Chile ha sido frecuentemente el mayor proveedor en el pasado. Perú fue el séptimo mayor proveedor para el Reino Unido en 2014, con 14 521 toneladas. Durante los últimos cinco años, el suministro del Perú ha aumentado un 256%, más que cualquier otro país, suministrando más de 1 000 toneladas.



Gráfico N° 3: Importaciones anuales de uva de mesa del Reino Unido, 2000 - 2014



Fuente: Estadísticas FAO (FAOSTAT), DEFRA

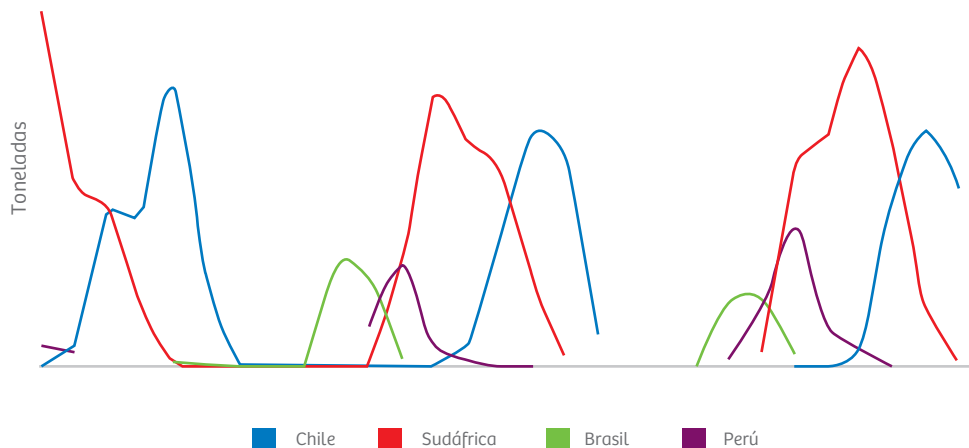
Durante el período de invierno y primavera, el hemisferio sur es la fuente clave de uvas importadas por el Reino Unido.

Durante los últimos dos años, el suministro desde el Perú se ha vuelto más notable,

pero aún es opacado por Sudáfrica, una vez que entran al mercado en noviembre. Argentina y Namibia también suministran al Reino Unido, pero con volúmenes relativamente pequeños en comparación con otros proveedores.



Gráfico N° 4: Importaciones mensuales de uva de mesa del hemisferio sur, 2013 - 2015



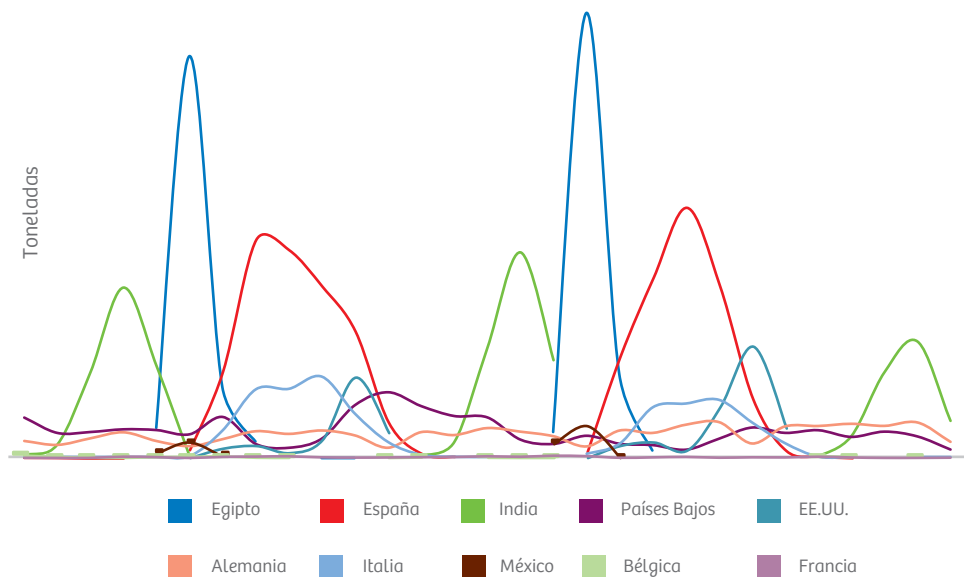
Fuente: Eurostat

Las importaciones de uva desde el hemisferio norte están dominadas a lo largo del año por India, Egipto, y después, España, México y Estados Unidos, considerados como proveedores

menores. El suministro desde los Países Bajos y Alemania es el resultado de las reexportaciones, las mismas que probablemente incluyen una cantidad de fruta peruana.



Gráfico N° 5: Importaciones mensuales de uva de mesa del hemisferio norte, 2013 - 2015



Fuente: Eurostat

Importación de arándanos del Reino Unido

En 2014, el Reino Unido importó aproximadamente 16 484 toneladas de arándano. Este es un aumento del 16% en relación al total del año pasado de

14 253 toneladas. Durante los últimos diez años, las importaciones de arándano han aumentado aproximadamente 636%, desde un total de sólo 2 239 toneladas.

El principal proveedor de arándanos del Reino Unido es Chile, quien aportó el 41%

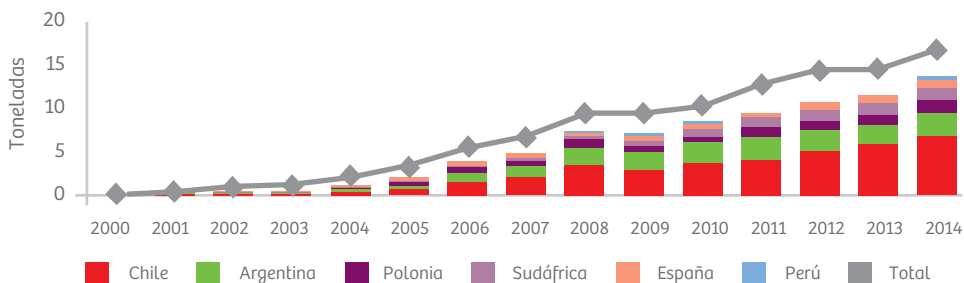


del suministro durante 2014, equivalente a 6 755 toneladas. Desde 2010, el crecimiento en el suministro de arándanos de Chile ha sido impresionante con un 77%; sin embargo, esta es una tasa de crecimiento menor que la de otros proveedores como Polonia, Sudáfrica, Perú y Marruecos. Durante los últimos años, Argentina ha sido el segundo mayor proveedor del

Reino Unido, pero el crecimiento se ha mantenido estable en sólo 4%.

Durante el 2014, Perú suministró al Reino Unido, de forma directa, 167 toneladas de arándanos. Los arándanos peruanos ingresaron al mercado del Reino Unido por primera vez en el 2012 con un volumen de 14 toneladas aproximadamente.

Gráfico N° 6: Importaciones anuales de arándano del Reino Unido, 2000 - 2014

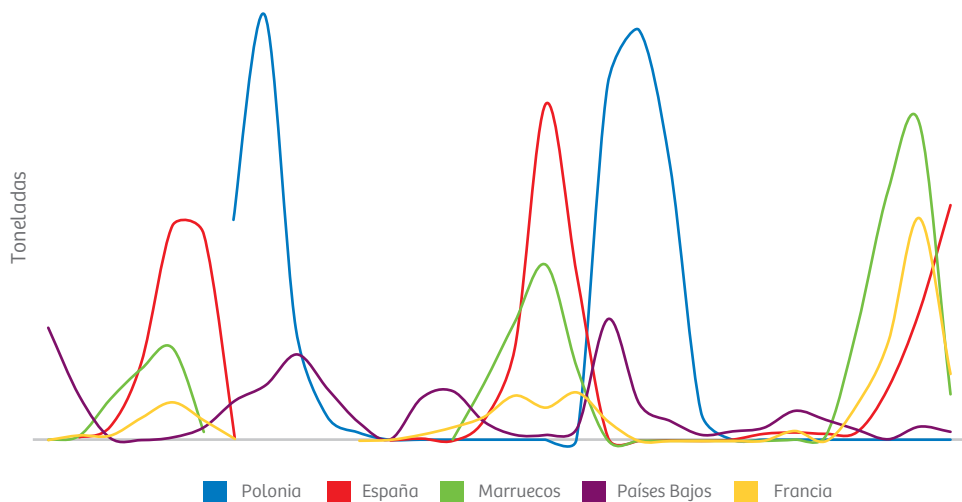


Fuente: Eurostat

Las importaciones de arándanos de los países del hemisferio norte son mucho menores a las del hemisferio sur. El suministro de Polonia y España, los

principales proveedores, aumenta al final de la temporada del hemisferio sur y se desarrolla hasta septiembre/octubre.

Gráfico N° 7: Importaciones mensuales de arándano del hemisferio norte, 2013 - 2015



Fuente: Eurostat

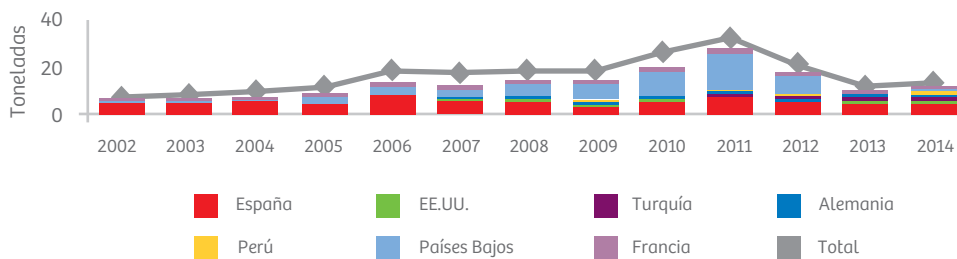
Importación de granada del Reino Unido
 Las granadas no tienen su propio subpartida arancelaria. Desde el 2012, se han agrupado en el código arancelario 0810.90.95. Se asume que la gran mayoría de esta categoría corresponde a este fruto. Durante el 2014, el Reino Unido importó 13 800 toneladas de granada. España es

el proveedor más significativo del Reino Unido. Durante el pico de 2011 también se vio un incremento en el suministro de los Países Bajos, que son reexportaciones. Perú ha visto un aumento impresionante en sus exportaciones al Reino Unido, de 0 toneladas a 977 toneladas en los últimos diez años.





Gráfico N° 8: Importaciones de granada del Reino Unido, 2002 - 2014

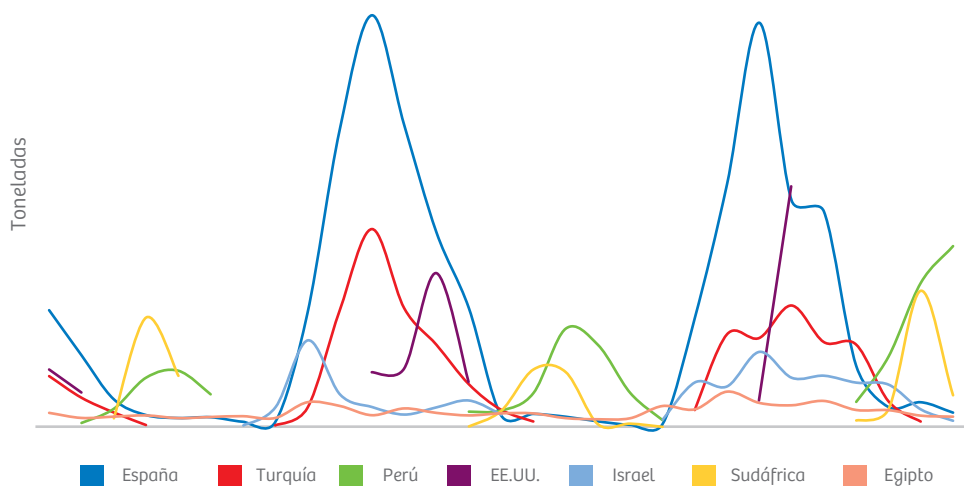


Fuente: Eurostat

El suministro durante la segunda mitad del año es dominado por los productores europeos. Los suministros durante la primera mitad aumentan, con Perú y Sudáfrica volviéndose más prominentes.

India, Tailandia, Irán, Pakistán, Chile y Marruecos también suministran granadas al Reino Unido, pero todos con menos de 200 toneladas.

Gráfico N° 9: Importación mensual de granada del Reino Unido, proveedores mayor a 1 000 toneladas



Fuente: Eurostat

1.2 Características generales

1.2.1 Usos y formas de consumo

El gobierno del Reino Unido ha llevado a cabo durante largo tiempo una campaña para fomentar el consumo de cinco porciones de frutas y verduras por día.

El consumo promedio actual en el Reino Unido está debajo de cuatro porciones por día. Durante los últimos diez años, el consumo promedio de frutas y verduras



ha disminuido, entre otras, como resultado de un aumento en los precios de alrededor del 30%.

Aunque los consumidores del Reino Unido en general no están consumiendo más productos frescos, el tipo de frutas que se consume está cambiando. Los consumidores del Reino Unido ahora están consumiendo frutas más exóticas, como mangos, papayas, palta y otros productos importados, y están pasando a "frutas más fáciles de comer". Como ejemplo, las ventas de naranjas han aumentado 0,1% en volumen, mientras que los "cítricos fáciles de pelar" aumentaron 9,4% en volumen durante el año pasado. Los consumidores con un menor nivel de ingreso suelen consumir menos productos frescos en comparación con el resto de la población del Reino Unido.

En términos de valor, las manzanas siguen siendo la principal categoría de frutas en el Reino Unido con GBP 846 millones. Después siguen las uvas con GBP 764 millones. Los arándanos son la séptima mayor categoría de frutas en término de valor con GBP 230 millones, más alto que productos como las frambuesas y las naranjas.

Uvas

El principal impulsor para la compra de la uva, a diferencia de muchos otros

productos frescos, es el disfrute del consumo de la fruta y no por razones de salud. Esto se ha mejorado aún más por el lanzamiento de variedades nuevas y con mejor sabor. Esto es algo que se espera que continúe en el futuro.

En particular, el aumento de la producción de Perú, Sudáfrica y Namibia, permitirá al suministro satisfacer la creciente demanda. La innovación en los empaques también está ayudando a impulsar la demanda, con empaques con sello superior y sello térmico, que están mejorando la presentación.

En el Reino Unido se vende una gran variedad de uvas incluyendo:

- Negra; Autumn Royal, Summer Royal, Midnight Beauty.
- Roja; Crimson Seedless, Allison, Scarlotta, Magenta, Flame Seedless.
- Blanca/verde; Thompson Seedless, Sugraone, Festival, Sweet Globe.
- Mezclas de colores en el mismo paquete.
- En los últimos años, los paquetes combinados han mostrado un sólido crecimiento, aumentando su valor en un 32% y su volumen en un 39%.

La demanda principal en el Reino Unido es de las variedades de uva sin semilla

“Seedless” y también hay desarrollos en áreas de nicho como la fresa, variedades cruzadas de uvas de los proveedores más innovadores. Las uvas suelen empacarse para su transporte en cajas de 4,5 kg o 5 kg, y se vuelven a empacar en cestas minoristas de 50 g, pero los paquetes de bocadillos pueden variar de los 80 g a los 800 g.

Arándanos

Las ventas de arándanos han sido impulsadas por su fuerte mensaje sobre la salud y la historia de los superalimentos. Las ventas de arándanos también han

sido impulsadas por tácticas agresivas de precios adoptadas por los minoristas durante el pico de suministros, lo que le permite ser una opción de fruta a un precio inferior para los consumidores y de compra continua.

Actualmente los arándanos se venden en el nivel minorista en paquetes pequeños de 100 g a 200 g. Se espera que los tamaños de los paquetes aumenten junto con los paquetes de refrigerios que se venden en paquetes de cuatro. La versatilidad de los arándanos los hace populares entre una amplia gama de consumidores, desde los niños que disfrutan comerlos crudos,



hasta utilizarlos para cocinar y congelar. Se han convertido en un bocadillo popular, incluyéndolos en una amplia variedad de platos.

Granadas

El mercado de granadas en el Reino Unido está dominado por el sector de procesamiento que compra la fruta cruda. Una sola granada completa es difícil de promover directamente a los consumidores, ya que no es un producto que usualmente se consume para refrigerio.

Ahora se observa la inclusión de granos de granada en paquetes preparados en

los anaqueles minoristas, así como su inclusión en ensaladas y mezclas de frutas. Sin embargo, la mayor área de demanda es en el sector del jugo, con la marca líder "Pomegreat". En los minoristas de anaquel, se usa muy poco empaquetado en las granadas, normalmente se venden sueltas.

Para muchos consumidores del Reino Unido, la granada es un producto relativamente nuevo. Ha ganado popularidad, debido a su vínculo como un superfood y también por su uso como un ingrediente culinario, presentado por muchos chefs de televisión, consiguiendo que la demanda de esta fruta haya crecido en los últimos años.



1.2.2 Auditoría en tiendas

A partir de las entrevistas con las principales organizaciones, se obtuvo información sobre el mercado del Reino

Unido. A continuación, se presentan los datos de estas organizaciones:

Tabla N°1: Principales organizaciones

Company	Name	Email	Description
Red Communications	Dominic Weaver	DominicW@redcomm.co.uk	Market and public relations agency - specialising in fresh food and drink
Exterra Ltd	Mark Bradnum	markbradnum@exterra.co.uk	Marketing company
Capespan	Geoff Green	Geoff.Green@capspan.co.uk	Fresh produce marketing, distribution and procurement
Nicholas Marston	Berry Gardens	nmarston@berrygardens.co.uk	Berry production and marketing
Eddie Fleming	Jem Fruits	eddie@jemfruits.com	Exotic fruit importer
Jonathan Olins	Poupart Imports	jonathan.olins@poupartimports.co.uk	Fresh produce imports to non supermarket sector
Nic Walton	Berry World	Nic.Walton@berryworld.co.uk	Berry marketing and supplier to retailers
Chris White	Fruit Net	chris@fruitnet.com	Media
Charles Rees	Vitacress / Western International	Charles.Rees@vitacress.com	Wholesaler

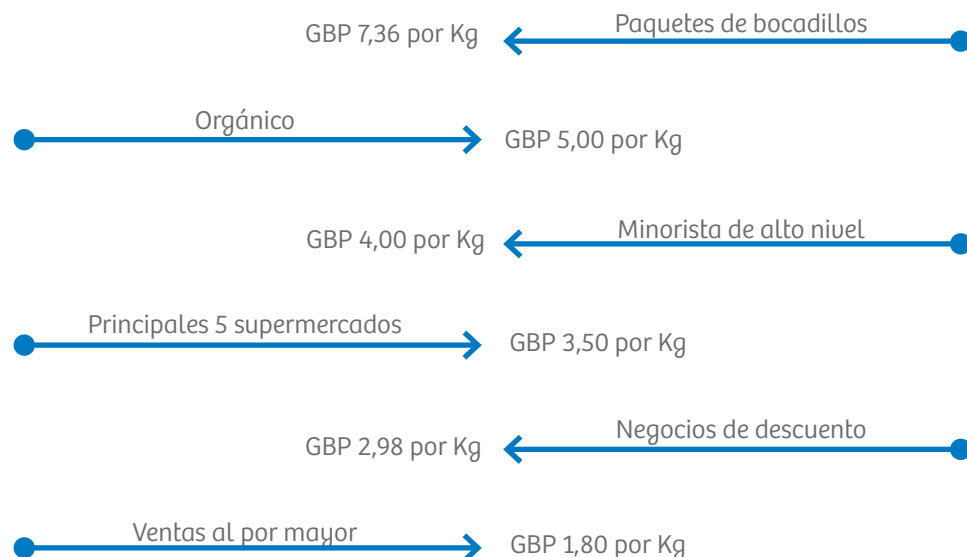
Uvas

En el 2015 se ha visto una disminución de los precios minoristas, lo que ha aumentado su popularidad entre los consumidores, así como la frecuencia de compra. Las cestas económicas o de bajo volumen se venden en aproximadamente GBP 1,50, y las uvas están llegando a ser un insumo diario para los compradores.

El precio al por mayor promedio del Perú fue de GBP 1,80 por kg, justo por debajo del promedio general del mercado de GBP 1,90 por kg. El precio al por mayor promedio de las uvas de Chile fue ligeramente mayor, de GBP 1,82 por kg.

Los precios indicativos para la uva en el Reino Unido se indican a continuación (2015):

Diagrama 1: Precios referenciales de la uva en Reino Unido, por canal de comercialización, 2015




Elaboración: MINCETUR

Tabla 2: Precios referenciales de la uva en Reino Unido, por canal de comercialización, 2015

Producto	Color	Precio (GBP)	
Essential Grapes (500 g)	Red	4,00 / Kg	Waitrose
Essential Grapes (500 g)	Green	4,00 / Kg	
Essential Grapes (500 g)	Mixed	4,00 / Kg	
Essential Grapes (500 g)	Black	4,00 / Kg	
Essential Grapes (500 g)	Mixed	5,00 / Kg	
Waitrose seedless (150 g)	Black	6,67 / Kg	
Waitrose grapes by weight	Green	4,60 / Kg	
Speciality sabile grapes (400 g)	Black	6,75 / Kg	
Organic grapes (400 g)	Green	6,75 / Kg	
Limited edition (150 g)	Black	10,67 / Kg	
Snack grapes (130 g)	Red	7,00 / Kg	
Producto	Color	Precio (GBP)	
Seedles Grapes (500 g)	White	2,98 / Kg	ALDI
Seedles Grapes (500 g)	Red	2,98 / Kg	
Snack pack (170 g)	White	4,65 / Kg	

Elaboración: MINCETUR

Producto	Color	Precio (GBP)	
Seedless Grapes (500 g)	Red	4,00 / Kg	
Seedless Grapes (500 g)	Green	4,00 / Kg	
Seedless Grapes (500 g)	Black	4,00 / Kg	
Seedless Grapes (500 g)	Mixed	4,00 / Kg	
Value Grapes (500 g)	Red	2,50 / Kg	
Organic grapes (400 g)	Green	5,00 / Kg	
Organic grapes (400 g)	Red	5,00 / Kg	
Tesco grapes by weight	Red	4,00 / Kg	
Tesco grapes by weight	Green	4,00 / Kg	
Tesco grapes by weight	Black	4,00 / Kg	
Finest grapes (400 g)	Black	6,25/ Kg	
Snack Grapes (90 g)	Red	6,25/ Kg	

Elaboración: MINCETUR

Producto	Color	Precio (GBP)	
Seedless Grapes (500 g)	Red	3,00 / Kg	
Seedless Grapes (500 g)	White	3,00 / Kg	
Seedless Grapes (500 g)	Black	3,00 / Kg	
Seedless Grapes (500 g)	Red	3,00 / Kg	
Seedless Grapes (500 g)	Mixed	4,00 / Kg	
Basic grapes (500 g)	Red	2,50 / Kg	
Organic grapes (400 g)	White	5,00 / Kg	
Organic grapes (400 g)	Red	7,13 / Kg	
Seedless Grapes (600 g)	Red	3,00 / Kg	
Seedless Grapes (600 g)	White	3,00 / Kg	
Snack Grapes (80 g)	Red	8,13 / Kg	
Seeded grapes (500 g)	Red	3,00 / Kg	
Sabel grapes	Black	5,00 / Kg	

Elaboración: MINCETUR



Arándanos

Los arándanos se venden en el nivel minorista en paquetes pequeños de 100 g a 200 g. Se espera que los tamaños de los paquetes aumenten junto con los paquetes de refrigerios que se venden en paquetes de cuatro. La versatilidad de los arándanos los hace populares entre una amplia gama de consumidores, desde los

niños que disfrutan comerlos crudos, hasta utilizarlos para cocinar y congelar. Se han convertido en un bocadillo popular, con los consumidores incluyéndolos en una amplia variedad de platos.

Los precios indicativos para los arándanos en el Reino Unido se indican a continuación (2015):

Diagrama 2: Precios referenciales del arándano en Reino Unido, por canal de comercialización, 2015



Elaboración: MINCETUR

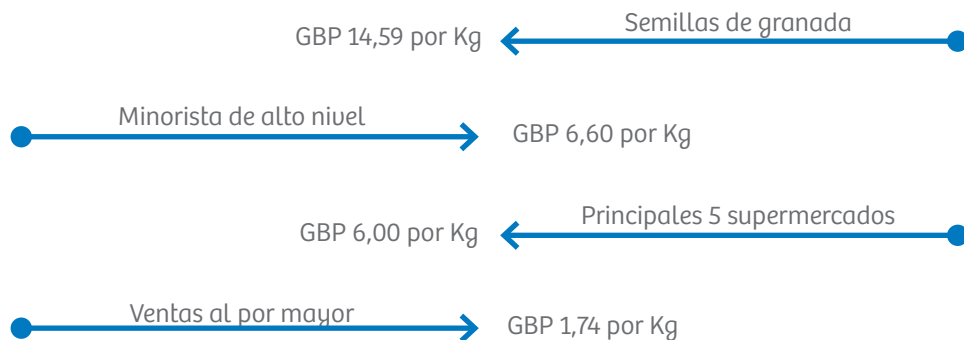
Tabla 3: Precios referenciales del arándano en Reino Unido, por canal de comercialización, 2015

Producto	Precio (GBP)	Waitrose
Value blueberries (170 g)	11,76 / Kg	
Value blueberries (330 g)	10,61 / Kg	
Organic blueberries (150 g)	16,67 / Kg	
Blueberries (150 g)	16,67 / Kg	ALDI
Producto	Precio (GBP)	
Blueberries (150 g)	5,67 / Kg	TESCO
Producto	Precio (GBP)	
Blueberries (200 g)	10,00 / Kg	
Organic blueberries (150 g)	13,33 / Kg	Sainsbury's
Producto	Precio (GBP)	
Blueberries (200 g)	10,00 / Kg	
Blueberries (400 g)	9,38 / Kg	
Blueberries (100 g)	11,00 / Kg	
Organic blueberries	18,33 / Kg	

Elaboración: MINCETUR

Granadas

Diagrama 3: Precios referenciales de la granada en Reino Unido, por canal de comercialización, 2015



Elaboración: MINCETUR

Tabla 4: Precios referenciales de la granada en Reino Unido, por canal de comercialización, 2015

Producto	Precio (GBP)	
Pomegranate	1,65 per fruit	Waitrose
Pomegranate seeds (110 g)	16,27 per kg	
Pomegranate juice (1 litre)	15p / 100 ml	
Producto	Precio (GBP)	
Pomegranate	1,55 per fruit	TESCO
Pomegranate seeds (80 g)	12,50 per kg	
Pomegranate juice (1 litre)	15p / 100 ml	

Elaboración: MINCETUR

Producto	Precio (GBP)	
Pomegranate	1,50 per fruit	
Pomegranate seeds (80 g)	15,00 per kg	
Pomegranate juice (1 litre)	14p / 100 ml	

Elaboración: MINCETUR

1.2.3 Análisis de la competencia

Uvas

Sudáfrica es el principal proveedor de uvas para el Reino Unido, con un precio al por mayor promedio de GBP 2,12 por kg.

El Reino Unido produce arándanos y el precio promedio de éstos fue de GBP 5,90 por kg. Solo se reportaron importaciones del Perú dos veces durante los últimos 18 meses, y el precio promedio fue de GBP 9,00 por kg.

Arándanos

Se observan arándanos chilenos en el mercado mayorista del Reino Unido la mayor parte del tiempo (los volúmenes de importación directa desde Chile son bajos, lo que indica que se están reexportando desde otras fuentes dentro de la UE, como desde los Países Bajos). El precio al por mayor promedio de estos arándanos fue de GBP 8,90 por kg; por arriba del promedio de GBP 7,80 por kg.

Granadas

Egipto y Turquía encabezan el suministro de granadas al Reino Unido, con precios promedio de venta al mayoreo de GBP 1,45 por kg y GBP 1,60 por kg. El precio promedio de mercado mayorista de granadas en el Reino Unido fue de GBP 1,74 por kg. Se informó que el precio promedio de las granadas peruanas fue de aproximadamente GBP 2,20 por kg en el 2015.



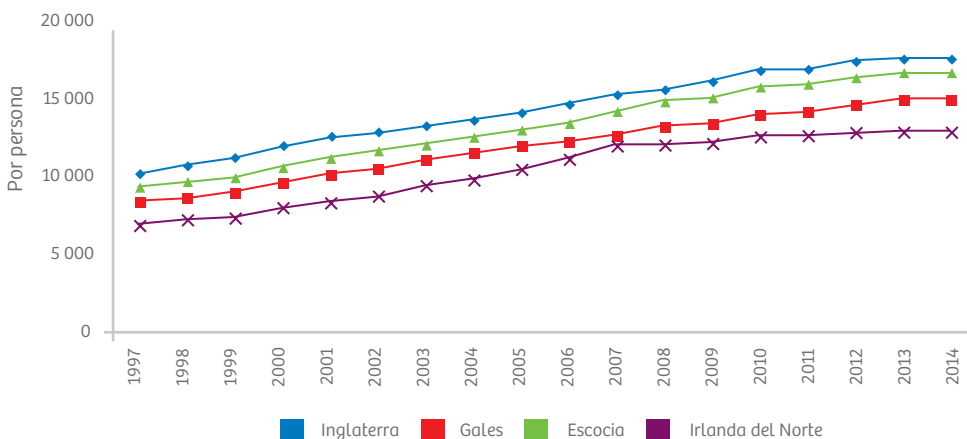
1.2.4 Regiones / sectores de mayor consumo dentro del mercado

Gasto de los consumidores del Reino Unido

El ingreso disponible por hogar promedio del Reino Unido fue de GBP 17 559 por persona en 2013, un aumento desde su nivel de GBP 13 141 de hace diez años. En el Reino Unido, los ingresos varían dependiendo de la región. A nivel de

país, Inglaterra tiene el nivel más alto a GBP 17 842 por persona, seguido por Escocia (GBP17 039), Gales (GBP 15 413) e Irlanda del Norte (GBP 14 347). El ingreso disponible de Inglaterra es impulsado por el impacto de Londres y el este y el sureste, ya que todos tienen ingresos superiores al promedio de otras partes del país.

Gráfico N° 10: Ingresos brutos disponibles por familia

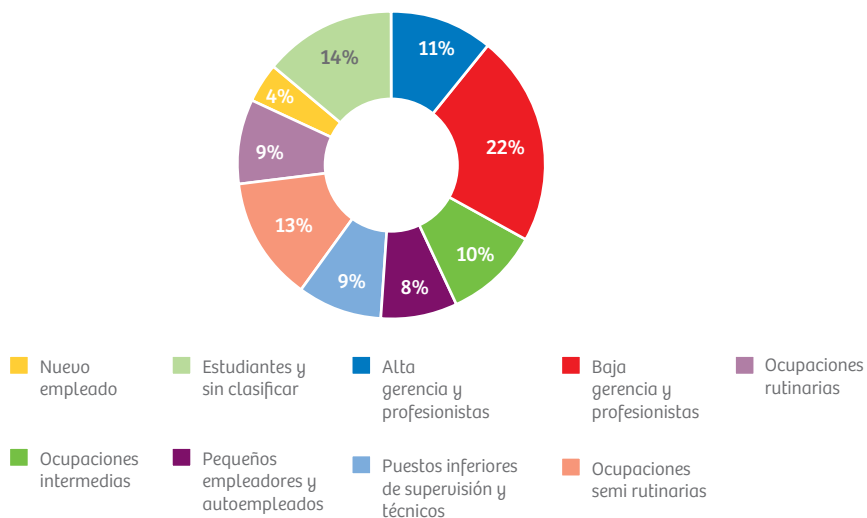


Fuente: ONS, *Promar

Dentro del Reino Unido, la población puede dividirse en varios grupos socioeconómicos, considerando su ocupación e ingreso. Esto puede usarse para segmentar el mercado de alto a bajo nivel socioeconómico, conformado en los grupos A, B, C1, C2, D y E. Aquellos en los grupos A y B tienen un nivel mayor de ingreso disponible, mientras que los grupos D y E tienen el menor nivel.



Gráfico N° 11: Clasificación socioeconómica en Reino Unido, 2014



Fuente: ONS

1.3 Perfil, tendencias del consumidor y perspectivas del mercado

Comportamiento del consumidor

Los consumidores en el Reino Unido siempre están modificando sus hábitos de compra y por tener una gran proporción de consumidores de clase media, a menudo son capaces de permitirse el lujo de disfrutar de nuevos productos y tendencias.

Industria de los alimentos

Debido a la diversidad de la población étnica en el Reino Unido, hay establecimientos de la industria de los alimentos que abarcan una muy amplia gama de cocinas locales e internacionales. La demanda de nuevos y emocionantes formatos y platillos de la industria de los alimentos es fuerte en el Reino Unido.

Salud

Casi una cuarta parte de los hombres y las mujeres en el Reino Unido se clasifican como obesas, como resultado del aumento en el gasto en alimentos y de la falta de ejercicio físico, así como una demanda por alimentos producidos rápida y convenientemente. Esto se ve ahora como un tema serio, entre otros, debido a la presión que ejerce en el Servicio Nacional de Salud (NHS).

Como resultado de esto, el gobierno del Reino Unido ha invertido en tratar de mejorar la salud de la nación. Una de las campañas más conocidas desarrolladas por el gobierno es el "5 al día", donde la población es desafiada a comer 5 porciones de frutas o verduras por día.

Los productos de alimentos procesados hoy deben incluir información nutricional, lo que permite que el consumidor vea claramente lo que está comiendo y cómo esto se adapta a sus recomendaciones diarias. Esto en teoría, debería beneficiar al sector de los productos frescos, ya sea fruta importada o producida nacionalmente.

En el pasado, el gobierno también ha promovido fuertemente los efectos nocivos del exceso de grasa y sal en la dieta. En el 2014/15, la cantidad de azúcar en la dieta y en los productos que se consumen ha estado bajo riguroso escrutinio.

A comienzos de 2015, Tesco tomó su propia acción y detuvo la venta de bebidas con alto contenido de azúcar en presentaciones pequeñas, dirigidas a niños, como Capri Sun, Ribena y Rubicon. También hay restricciones en la publicidad de alimentos a los niños durante los comerciales de televisión.

Responsabilidad Social Corporativa (CSR)

La mayoría de los minoristas y, como consecuencia, los consumidores, esperan que la fruta del Reino Unido, así como otros negocios, inviertan mucho más en el área de Responsabilidad Social Corporativa (CSR por sus siglas en inglés). La CSR engloba a toda la cadena de suministro, desde el ambiente en el que se cultivan los productos, hasta la salud y la seguridad del consumidor final. Este es el resultado del no menos importante trabajo de las ONG, que se avocan en dirigir la atención de los consumidores hacia una amplia variedad de cuestiones,

desde la desigualdad percibida en la cadena de suministro, hasta las malas prácticas ambientales y la falta de derechos laborales/sindicales en el lugar donde se obtienen los suministros. También puede cubrir desde el uso de transportes con bajas emisiones de carbono, el uso responsable de insumos agrícolas y agua, hasta fomentar la participación de la comunidad y apoyar programas educativos.

Todos los principales minoristas del Reino Unido han implementado una estrategia de CSR y por esto, se espera lo mismo de sus proveedores, ya sean productores/exportadores o importadores. Para hacer



negocios con un minorista del Reino Unido es fundamental que los proveedores peruanos comprendan la política de CSR de los clientes y que puedan demostrar cómo se están adaptando a la misma.

Millas de la fruta

Como parte de la reducción de la producción de carbono en la cadena de suministro de fruta, la distancia desde donde se obtiene la fruta se está volviendo una cuestión importante. El uso de proveedores físicamente más cercanos (por ejemplo, en el Reino Unido y en otros países de la UE) debería reducir la producción de carbono y, como resultado, puede favorecerse, aunque no siempre se presenta una reducción clara.

Puede encontrar más información sobre la principal organización en el Reino Unido impulsando esta tendencia, en la página oficial de Slow Food Movement: www.slowfood.com

Aunque muchos consumidores prefieren comprar fruta de temporada producida localmente, la demanda de frutas más exóticas aún requiere de estrategias de adquisición a través de largas distancias. Los importadores/distribuidores del Reino Unido reconocen que, para obtener productos de la mejor calidad en diferentes épocas del año, es necesario contar con un catálogo variado de países proveedores.

El impacto de esto para Perú es que los importadores puedan preferir comprar en fuentes más cercanas (como España), ya que esto también tiene un beneficio en costos. Sin embargo, la ventana de suministro del Perú se ve grandemente favorecida por muchos importadores del Reino Unido.

Superfrutas (superalimentos)

Entre los consumidores del Reino Unido ha crecido significativamente la preocupación en torno a sus dietas y la popularidad de los denominados “Superfoods” como se le conoce en el mercado europeo. Esto ha sido impulsado en gran medida por el gran número de programas televisivos de cocina y las revistas para consumidores, así como por el papel de los “chefs celebridades”.

Aunque la Comisión de la UE ha prohibido las reclamaciones de salud no demostradas sobre alimentos, a menos que se apoyen con evidencia científica sólida, muchos alimentos aún son conocidos como superalimentos.

10 de los superalimentos más populares del Reino Unido incluyen:

- Arándanos,
- bayas de goji,
- chocolates,

- pescado azul,
 - hierba de trigo,
 - zumo de granada,
 - té verde,
 - brócoli,
 - ajo, y
 - remolacha
- Reducir el riesgo de enfermedades crónicas, por ejemplo las enfermedades del corazón, accidentes cerebrovasculares y cáncer.
 - Desacelerar el proceso de envejecimiento.
 - Reducir la depresión, mejorar las capacidades físicas y la inteligencia.

Los medios de comunicación y algunas empresas comerciales intentan convencer a los consumidores que la inclusión de ciertos superalimentos en la dieta puede ayudar con lo siguiente:

La inclusión de estos alimentos/frutas en ensaladas, o para comprar sueltos, es popular entre los consumidores, y en ocasiones pueden atraer los precios premium.





Marca propia y branding

En el sector de productos frescos, la gran mayoría de productos se venden con la marca propia de los minoristas, con poca o ninguna referencia del proveedor, excepto por el país de origen. En algunas categorías, el nivel puede llegar al 90%. Para algunos supermercados del Reino Unido, como M&S, todos los productos se venden con su marca propia.

Para los consumidores, las marcas propias de los minoristas tienen una fuerte propuesta de valor por su dinero, con los supermercados demandando una alta calidad y constancia de los proveedores, ya que sus productos se venden bajo su propia marca. La presión en los proveedores de marcas propias para minoristas está aumentando, ya que existe un alta expectativa de nuevas variedades/productos innovadores, mientras que conservan una alta calidad.

En el futuro, se espera que los compradores adquieran más productos con marcas propias de los minoristas, con los productos frecuentemente usados como medio para diferenciar entre los principales minoristas. El crecimiento

de las marcas propias ha permitido que una mayor variedad esté disponible, con calidades que van desde productos económicos hasta productos premium.

Las excepciones a esto sería las marcas de proveedor, tales como Pink Lady®, Dole® y Chiquita®. Mientras el mercado de marcas propias de los minoristas domina el mercado de productos frescos en el Reino Unido, aún hay algunas oportunidades para los productos frescos con marcas comerciales. Sin embargo, el desafío de lograr esto no debe subestimarse, y solo puede considerarse como parte de un proceso a largo plazo. No es el punto de partida lógico para la mayoría de los productores y exportadores peruanos en el Reino Unido.

Aunque desde la perspectiva de los consumidores el mercado está dominado por marcas minoristas, en la cadena comercial de suministro, la fortaleza de las marcas de los proveedores aún es alta.

Los países del hemisferio sur como Chile y Sudáfrica, también han invertido en la promoción y mantenimiento de sus productos de forma genérica con una variedad de Soluciones de punto de

venta (POS, por sus siglas en inglés) y actividades comerciales, así como otras promociones para los consumidores. Estas actividades se implementan de forma conjunta entre el gobierno, las asociaciones de comercio y los productores/exportadores.

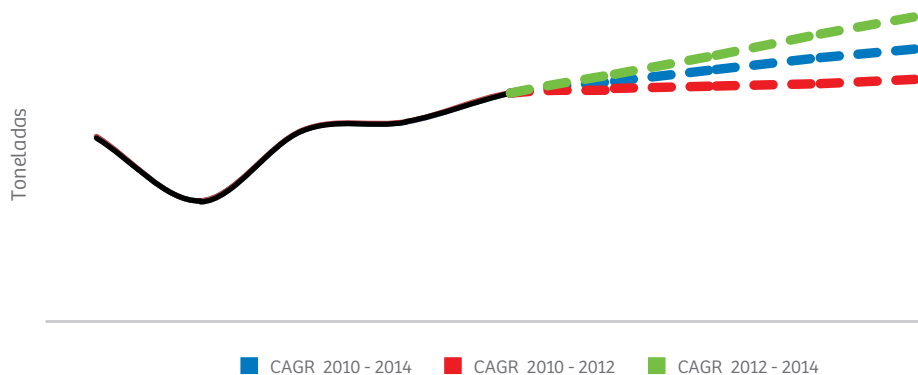
Perspectivas/estimaciones del mercado de uvas en el Reino Unido

Se estima que las importaciones de uva del Reino Unido seguirán aumentando en los próximos años. La tasa anual compuesta de crecimiento (CAGR, por sus siglas en inglés) entre el año 2010 y 2014 fue del 1% y, considerando esto, las importaciones de uva pasarían de 254 000 toneladas en el 2015 a 262 000 toneladas para el año 2018.

Alternativamente, si la CAGR de 2010 a 2012 se mantiene, las importaciones aumentarían en solamente un 0,3%, aumentando de 252 000 toneladas a 254 000 toneladas. Si se usan niveles de crecimiento más recientes (2012 a 2014) y continúan a la misma tasa del 2%, esto llevaría a que las importaciones registren hasta 269 000 toneladas para el 2018.



Gráfico N° 12: Pronóstico de importaciones de uva de mesa del Reino Unido



Fuente: Estimados de Eurostat y Promar

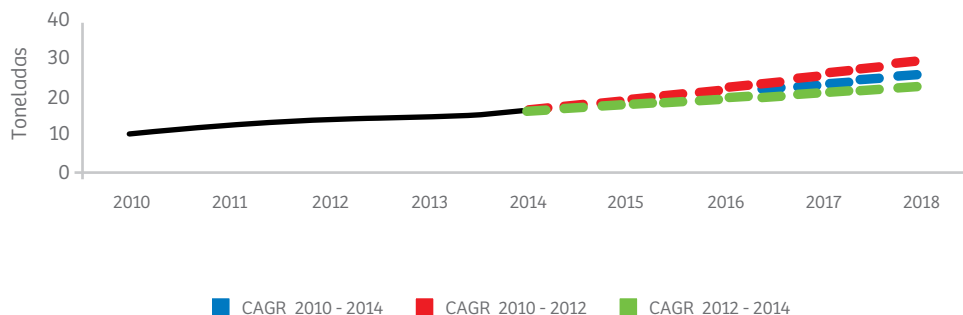
Perspectivas/estimaciones del mercado de arándanos en el Reino Unido

Entre el 2010 y 2014, las importaciones de arándano del Reino Unido aumentaron en promedio 12% por año. Si este crecimiento continúa hacia el 2018 los volúmenes podrían llegar a 26 390 toneladas. Sin embargo, del 2010 al 2012, las importaciones aumentaron a una tasa más rápida que en los años recientes,

aumentando en aproximadamente 16%. Si las importaciones volvieran a este nivel de crecimiento, entonces, para el año 2018, los volúmenes de las importaciones potencialmente podrían superar las 30 000 toneladas.

En los últimos años, el crecimiento de las importaciones de arándanos se ha mantenido estable en 9%. Si esta tasa de crecimiento se mantiene en el futuro, los volúmenes podrían alcanzar un total de 23 000 toneladas aproximadamente.

Gráfico N° 13: Pronóstico de importaciones de arándanos del Reino Unido



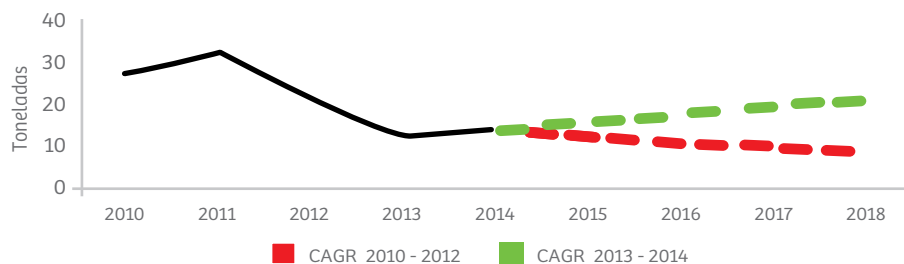
Fuente: Estimados de Eurostat y Promar

Perspectivas/estimaciones del mercado de granadas en el Reino unido

Desde el 2010, las importaciones de granadas han estado declinando, en promedio, un 15%. Si el descenso se mantiene en este nivel hacia el futuro, entonces se prevé que las importaciones lleguen a 7 100 toneladas para el año 2018. Sin embargo, entre el 2013 y 2014, las importaciones aumentaron aproximadamente 12% y, si esto se mantiene, entonces los volúmenes para el 2018 llegarán a más de 21 500 toneladas.



Gráfico N° 14: Pronóstico de importaciones de granada del Reino Unido



Fuente: Estimados de Eurostat y Promar

1.4 Ventajas del producto peruano y competencia

1.4.1 Atributos del producto peruano

A continuación, se detallan fragmentos de algunas entrevistas realizadas a los principales compradores de frutas exóticas en el Reino Unido con respecto a las frutas peruanas analizadas:

- Viene construyendo una buena relación con continuidad y confiabilidad en el suministro. Están por encima de Argentina, y se están acercando a Chile como proveedor.
- Cuenta con una disponibilidad muy significativa de tierra, recursos hídricos, mano de obra barata (comparado con otros países de Sudamérica) y clima uniforme; lo que les permite ser competitivos durante todo el año.
- En Perú pueden producir frutas durante todo el año, debido a que posee un excelente clima, por lo que las temporadas de cosechas se extienden. Como ejemplo, algunas regiones de Perú ostentan un clima tropical muy óptimo para el cultivo de uvas; en ese contexto, algunos compradores coincidían en que la calidad de las uvas peruanas era la mejor del mundo, estando a la vanguardia del mercado comercial. La mano de obra es más barata, a pesar que últimamente esté cambiando. Hay un gran potencial en términos del área de tierra disponible para sembrar que pueden ser aprovechadas, si consiguen el personal adecuado.

- Perú es considerado un país proveedor relativamente joven, ofreciendo nuevas variedades. Mayor inversión tanto interna como externamente. Presentan condiciones de crecimiento estables y confiables, debido a la llanura costera,, con excepción de condiciones climáticas como El Niño.
- Presenta una buena posición en el calendario de temporadas, junto con productos de buena calidad y una reputación muy positiva. Los desafíos logísticos no son tan complicados como solían ser, y tiene vínculos con muchos mercados. Son muy buenos comerciantes, con bajos costos; sin embargo, esto cambiaría conforme .
- La mezcla de productos es su ventaja clave. Considerando que Perú tiene un clima estable la mayor parte del año, y provee productos de varias categorías que el Reino Unido requiere. CSR o, en español, Responsabilidad Social Empresarial (RSE), precio y calidad; por ende, mencionan que Perú lo tiene todo, dado que ofrece un buen paquete completo.



1.4.2 Percepción del producto peruano

A través de las entrevistas realizadas a prestigiosas empresas importadoras de diversas frutas, entre ellas, los arándanos y granadas, se presentan las fracciones más importantes en relación a la percepción de las frutas peruanas en mención dentro del mercado de Reino Unido:

Percepción de uvas peruanas

Perú se ha establecido como un proveedor regular en el calendario del Reino Unido. También están invirtiendo en nuevas variedades, debido a que el Reino Unido es un mercado sin semillas, así que se está creando un nuevo catálogo de variedades.



El problema para Perú es el enfoque en la variedad Red Globe, que, si bien es buena para Asia, no lo es para el Reino Unido. Debe prestar atención a las demás variedades, se recomienda enfocarse en el abastecimiento de uvas negras y blancas "Seedless" para el Reino Unido.

Percepción de arándanos peruanos

- El mercado de Reino Unido está relativamente detenido, con un suministro de arándanos durante todo el año procedentes de varios países. La reducción en el tiempo de cosecha de cuatro a dos años, con buenos ingresos está incentivando a otros productores locales y/o extranjeros a entrar en este mercado. Algunos compradores manifiestan que les gustaría trabajar con Perú, pero el costo del transporte aéreo es demasiado elevado en comparación con Uruguay y Chile, que son proveedores establecidos.
- Consideran que es una buena categoría de frutas, en la cual Perú debe estar. No obstante, existe una fuerte competencia, mayormente de Chile y, con frecuencia, el Reino Unido considera que el país sudamericano es el segundo mejor

mercado de origen después de EE.UU., este último debido a la cercanía.

- Hay mucho camino por delante con los arándanos. Aproximadamente el 42% de la población del Reino Unido compra 1 cesta de arándanos por año, esto se compara con EE.UU., cuya demanda alcanza un 70% de su población. Sin embargo, 11 millones de hogares de Reino Unido compraron arándanos el año pasado (2014), en comparación con los 2 millones de hogares de hace diez años. Los consumidores del Reino Unido no son leales a los proveedores locales. Pero, la fruta peruana necesita trabajo; los supermercados prefieren a Sudáfrica, Argentina y Chile, ya que es muy grande y firme con poco sabor. Dentro de la Unión Europea, España es potencialmente un gran competidor para Perú.
- Un mayor crecimiento, con mucha prensa por la etiqueta de superalimento. Otras frutas también se han beneficiado de esto, pero no tienen el perfil de los arándanos. Hay fuentes más cercanas, lo que hace que el uso de transporte aéreo sea muy costoso, así que el transporte marítimo es la única forma. Importadores de Reino Unido prevén la



inminente disputa comercial con Chile y Argentina, y el que logre tener menores precios ganará; todo se trata de la adecuada gestión de costos.

- Como país exportador de esta fruta, es un mercado sólido y en crecimiento. Durante la temporada principal tiene precios muy competitivos. La ventaja para Perú es que, como nuevos proveedores, pueden construir una nueva generación de variedades, de mejor sabor y con un mayor rendimiento que Chile y Argentina. Durante marzo y abril los precios son altos, ya que la oferta global existente abarca la mitad de la demanda de Reino Unido.
- Perú está al comienzo de su curva de crecimiento en cuanto a la producción de arándanos, pese a ello está muy desarrollado, así que otros proveedores deben preocuparse por Perú.
- Existe una potencial oportunidad en el mercado del Reino Unido para el crecimiento de los paquetes de bocadillos, y también en la industria de los alimentos. La industria de los alimentos es un área de crecimiento particularmente grande. Existe un gran potencial en relación al valor exportado, en especial si hay innovación en las variedades.

Percepción de granadas peruanas

- Los tamaños deben ser perfectos, el Reino Unido requiere cajas de 4 kg con 8 a 12 unidades. En los últimos cuatro años, el crecimiento de las granadas ha sido exponencialmente significativa, debido a la difusión de los chefs, particularmente en el sector de procesamiento. El crecimiento continuará, pero a costa de otros productos como el kiwi.
- Los consumidores no están seguros sobre cómo usarlas, y son relativamente desconocidas. Es necesario educar al consumidor sobre cómo usarlas. Se ha beneficiado de la etiqueta de superalimento, pero necesita una promoción apropiada, trabajar con periodistas y bloggers para que todo el mundo hable del tema.
- Las granadas son nuevas; el Reino Unido las desea con los 4 grandes minoristas (cadenas retail). Estos son productos nuevos y emocionantes, con márgenes de ganancia para los minoristas; por ende, evidencia un verdadero potencial en el mercado del Reino Unido.
- Mantiene la posición como fruta novedosa durante los últimos dieciocho

meses, pero el impulso ha disminuido ligeramente. Se han convertido en un aditivo o ingrediente común en las ensaladas y bebidas. Pero no son fáciles de comer y requieren de preparación; no obstante, aún hay potencial de crecimiento.

- El mercado de granadas en el Reino Unido es relativamente estable, anteriormente experimentaron un período de crecimiento gracias a la etiqueta de superalimento.
- Muy buen potencial, con Perú cubriendo actualmente la brecha de temporadas. Mucho del mercado está en la industria de los alimentos; India es el principal proveedor del sector de procesamiento con respecto a esta fruta, y esto sucede las cincuenta y dos semanas del año. Todas las granadas frescas procedentes de Perú han sido provistas en buen estado y en sus condiciones naturales. Hay una alta competencia en el sector de procesamiento. Por lo tanto, es un buen negocio con un favorable crecimiento.
- Crecimiento en el sector de procesamiento y jugos, influenciado por los paquetes de bocadillos con fruta lista para comerse.



1.4.3 Sugerencias comerciales

Seguidamente se comparten algunas sugerencias clave para los productores y exportadores peruanos, así como para la Oficina Peruana de Comercio en Londres y otras partes interesadas en la industria en el Perú, como las asociaciones comerciales de productos específicos:

La ruta al mercado

- La industria peruana debe continuar construyendo su excelente reputación en el Reino Unido como un proveedor bien reconocido y de rápido crecimiento.
- Los productores y exportadores peruanos deben seguir cimentando relaciones comerciales y técnicas sólidas con los

importadores y distribuidores clave del Reino Unido.

- Los exportadores peruanos deben considerar las ventajas y al mismo tiempo las desventajas de tratar de forma directa con algunos de los principales vendedores (importadores) del Reino Unido.
- Los exportadores peruanos deben invertir tiempo y recursos en la obtención de información comercial, procesamiento y análisis del mismo, así como la comprensión de la naturaleza cambiante del mercado del Reino Unido.
- Esto implicará seguir construyendo relaciones con los principales



minoristas claves; mientras tanto, se reconocen oportunidades que surgirán conforme continúe el crecimiento de las cadenas de descuento. Asimismo, se desarrollarían otras rutas hacia el mercado, como en el lucrativo sector del mercado de la industria de los alimentos, los almacenes de conveniencia y las compras en línea, entre otros.

Productos y calidad

- Las variedades de uva sin semilla deben plantarse y empaquetarse para el mercado del Reino Unido en línea con las demandas de los supermercados y los requerimientos de mayores volúmenes de las variedades roja, negra y rosada, principalmente la variedad "Seedless".
- Se debe prestar atención al cultivo de otras variedades de arándanos (actualmente la oferta peruana se concentra en la variedad "Biloxi") que puedan ser más apropiadas para el mercado del Reino Unido, y aprovechar el estatus de superalimento con el que cuenta el producto.
- Para las granadas, es necesario realizar inversiones en el sector de la industria

de los alimentos y de los productos preparados.

- Perú debe concentrarse en suministrar productos de alta calidad al mercado del Reino Unido y no permitir que bajen los estándares de calidad.
- La acreditación de comercio justo debe ser investigada conjuntamente con los requerimientos comerciales específicos exigidos por los principales importadores del Reino Unido.
- Los productos orgánicos pueden ser enviados al Reino Unido, algo más de atención a este sector de mercado del Reino Unido puede ser beneficioso.

Precio y suministro

- Perú debe seguir siendo competitivo en precio respecto a otros proveedores internacionales al Reino Unido.
- Los proveedores peruanos deben seguir suministrando durante las ventanas de exportación abiertas en el calendario de suministro del Reino Unido.



1.4.4 Análisis de la competencia

Mediante el análisis FODA se procede a identificar la posición de la oferta peruana frente a la competencia en el mercado de

uvas, arándanos y granadas del Reino Unido:

Tabla N° 5: Uvas

Fortalezas	Debilidades
Importaciones a gran escala al Reino Unido—c.250 000 toneladas por año,esperando todavía un crecimiento durante los próximos 3 a 5 años.	El mercado del Reino Unido se está volviendo cada vez más competitivo en precios.
Perú es un proveedor establecido, suministrando durante una ventana en la que no lo hacen otros.	El Reino Unido es un mercado sin semillas, mientras que Perú suministra principalmente RedGlobe (variedad sin semillas).
Perú ha visto crecer significativamente las exportaciones al Reino Unido en los últimos 5 a 10 años.	El costo del envío desde Perú al Reino Unido.
Perú es visto como una fuente confiable e interesante con un clima favorable.	La promoción limitada de la uva de Perú en el Reino Unido hasta la fecha.
Oportunidades	Amenazas
El mercado está exigiendo nuevas variedades y Perú invierte en estas.	Los productores como India se desarrollan aun ritmo más rápido de lo esperado.
Continuar construyendo la participación del mercado peruano.	La inversión para alargar la temporada de producción de Italia y España, posiblemente coincidiendo con Perú.
El desarrollo de un programa de promoción dedicado a la exportación.	Las nuevas plantaciones en Perú llevan a la sobre producción de las variedades sin semillas.
Competir contra otros proveedores del hemisferio sur.	Falta de enfoque en el mercado del Reino Unido.
Tomar ventaja de las nuevas oportunidades del mercado/producto, en el producto y en el canal de conveniencia.	Los temas relacionados con la RSE, el agua y la mano de obra no se tratan profesionalmente.
Oportunidades de mercado de nicho para algunos – comercio justo y orgánicos.	

Tabla N° 6: Arándanos

Fortalezas	Debilidades
Un sector de productos con muy rápido crecimiento.	Algunos problemas con la preferencia del mercado del Reino Unido por los arándanos peruanos.
Son cada vez más populares entre la amplia gama de consumidores.	Distancia del mercado del Reino Unido para un producto perecedero.
Un producto versátil.	La promoción limitada de los arándanos peruanos hasta la fecha.
Estatus de super alimento.	Continúa siendo una fruta menor en la cartera de las bayas.
El Reino Unido necesita que las importaciones den suministro durante todo el año.	Competencia para el abastecimiento de los mercados más cercanos al Reino Unido, por ejemplo, Polonia y España.
Perú se ha convertido en un proveedor cada vez más establecido en los últimos cinco años.	Chile se ha convertido en el principal proveedor al Reino Unido del hemisferio sur con un buen registro de trazabilidad de la fuente.
Oportunidades	Amenazas
Construir sobre la naturaleza de un mercado en crecimiento y del registro de trazabilidad que Perú tiene de las exportaciones al Reino Unido.	Exceso de la oferta de fruta en momentos claves de la temporada.
Fomentar un uso más amplio de la fruta.	El estatus de superalimento se pierde con otros productos.
Aprovechar el continuo crecimiento de la demanda.	Un pequeño sector carece de la escala para construir ventas rápidamente frente a Chile y otros países en el hemisferio sur.
Desarrollo de nuevas variedades y paquetes.	A los exportadores peruanos les preocupan otros mercados internacionales.
Nuevas rutas en el mercado, crecimiento en el sector de la industria de alimentos.	Los principales clientes buscan el abastecimiento de fruta de fuentes de suministro más cercanas.
Suministro directo al Reino Unido, no tanto a través de los Países Bajos.	Competencia de Chile, Argentina y Uruguay.

Tabla N° 7: Granadas

Fortalezas	Debilidades
Crecimiento en la demanda - se espera que continúe.	Falta de conocimiento, tanto a nivel comercial como de consumo. Producto versátil y popular tanto en venta minorista como en la industria de alimentos.
Producto versátil y popular tanto en venta minorista como en la industria de alimentos.	No es visto como un producto de conveniencia.
Buena cobertura de los medios - usada por chefs de los medios de comunicación, etc.	El crecimiento de la categoría posiblemente ya ha alcanzado su punto más alto.
Estatus de súper alimento.	Perú sigue siendo un proveedor de escala relativamente pequeña.
Perú ha desarrollado un buen historial de suministro.	
Oportunidades	Amenazas
Uso en otros productos, por ejemplo, ensaladas preparadas previamente.	El producto está saliendo del interés de chefs/medios,etc.
Uso en el sector de jugo.	Pérdida del estatus de súper alimento.
Construcción de un excelente registro de trazabilidad peruana de exportaciones al Reino Unido.	Aumentar de la oferta de otros países.
Más promoción de la fruta peruana en sí misma.	La oferta reforzada de granada procesada de India durante todo el año.
Nuevas rutas al mercado-industria de alimentos, tiendas de descuentos, sector de conveniencia, etc.	Los exportadores y productores peruanos no se centran en el mercado del Reino Unido y son distraídos por otras oportunidades internacionales.
Desarrollo de mayor conocimiento del consumidor.	



02

Condiciones de Acceso

2.1 Aranceles

El Reino Unido es parte de la Unión Europea y, por lo tanto, las exportaciones peruanas pueden acogerse a las preferencias arancelarias en el marco del Acuerdo, siempre que se cumplan con los requisitos de origen establecidos.

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

En el caso de las subpartidas 0810.90.95 (comprende la granada) y 0810.40.00 (arándanos), ambas se encuentran libres de aranceles en el marco del Acuerdo, para el caso de la subpartida 0806.10.00 (uva), esta se encuentra con arancel ad valorem libre, pero paga precio de entrada:

www.acuerdoscomerciales.gob.pe/images/stories/union_europea/espanol_2012_06/Anexo%20Lista%20UE%20-%20Per%C3%BA.pdf



Tabla N° 8: Derechos arancelarios para las uvas de mesa

Origen	Tipo de medida	Derecho de aduana	Legislación europea
ERGA OMNES	Derecho terceros países	11,5%	R1754/15
Chile	Preferencias arancelarias	0%	D0979/02
Sudáfrica	Preferencias arancelarias	0%	D0753/99
México	Preferencias arancelarias	0%	D0002/00
Egipto	Preferencias arancelarias	0%	D0240/10
Brasil	Preferencias arancelarias	0%	R0215/06
Perú	Preferencias arancelarias	0%	D0735/12

Fuente: Export Helpdesk

Elaboración: MINCETUR



Tabla N° 9: Derechos arancelarios para arándanos

Origen	Tipo de medida	Derecho de aduana	Legislación europea
ERGA OMNES	Derecho terceros países	3,2%	R2204/99
Marruecos	Preferencias arancelarias	0%	D0497/12
Argentina	Preferencias arancelarias	0%	R2449/15
Chile	Preferencias arancelarias	0%	D0979/02
Sudáfrica	Preferencias arancelarias	0%	D0753/99
Perú	Preferencias arancelarias	0%	D0735/12

Fuente: Export Helpdesk

Elaboración: MINCETUR

Tabla N° 10: Derechos Arancelarios para Granadas

Origen	Tipo de medida	Derecho de aduana	Legislación europea
ERGA OMNES	Derecho terceros países	8,8%	R1006/11
Chile	Preferencias arancelarias	0%	D0979/02
Estados Unidos	Preferencias arancelarias	9%	R1006/11
México	Preferencias arancelarias	0%	D0223/98
Perú	Preferencias arancelarias	0%	D0735/12

Fuente: Export Helpdesk

Elaboración: MINCETUR

2.2 Normas de origen

Las uvas de mesa, arándanos y granadas exportados frescos no deben cumplir ningún Requisito Específico de Origen (REO), debido a que son exportados sin añadirseles algún material o insumo procedente de terceros países, ni pasan por un proceso de fabricación o transformación. 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.

Para acogerse a los derechos preferenciales 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 que deben cumplir los Certificados de Origen se encuentra detallado en el Apéndice 3 del Anexo II del Acuerdo.

Declaración en factura emitida por un exportador; cuando se complete una declaración en factura, 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 factura comercial que deberá cumplir y emitir el exportador 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 en el marco de la Ventanilla Única de Comercio Exterior –VUCE, organización que facilita y asesora los procesos de comercio exterior.

Para mayor información: www.acuerdoscomerciales.gob.pe/images/stories/union_europea/espanol_2012_06/00_preambulo.pdf

2.3 Requisitos específicos de los importadores - compradores

Seguridad de los alimentos

Con los años, el Reino Unido ha tenido una serie de problemas de seguridad de los alimentos, muchos de los cuales todavía están en la mente de los consumidores. Sin embargo, muchos de estos sucedieron en la industria de la carne, pero en 2011, el hallazgo de E-coli en los cultivos europeos para ensaladas causó una mala publicidad que fue muy difundida.

La Agencia de Estándares de los Alimentos (FSA, por sus siglas en inglés) es un departamento autónomo que es responsable de asegurar que "las personas puedan confiar en que los alimentos que compran y consumen son seguros y honestos". Para proteger la salud de los consumidores, se ha puesto en marcha una serie de normas en materia de seguridad de los alimentos por diversos organismos, a lo largo de la cadena de suministro. Departamento de Medio Ambiente, Alimentación y Asuntos Rurales (DEFRA, por sus siglas en inglés) tiene una agencia de Inspección de Comercialización de

Horticultura (HMI, en inglés) que puede hacer revisiones en las ubicaciones de los proveedores y los importadores, con la autoridad para cerrar negocios y ordenar el desecho de productos que no cumplan con las regulaciones.

Todos los alimentos destinados al consumo humano deben cumplir con los requerimientos generales de seguridad de los alimentos de la ley de la UE indicada en la Regulación de la EC 178/2002 y la Regulación de la EC 852/2004. Junto con esto, deben cumplirse las Regulaciones de los Controles Oficiales de Alimentos y Alimentación (Inglaterra) de 2009 (y su equivalente en Escocia, Gales e Irlanda del Norte). Estas normas cubren todas las áreas de alimentos, incluyendo los productos frescos. Uno de los problemas principales dentro del sector de productos frescos es el uso de pesticidas y otros productos químicos agrícolas. La Dirección de Regulación de Productos Químicos (CRD, por sus siglas en inglés) de la Comisión de la UE supervisa y autoriza el uso de pesticidas.

Las frutas y verduras que se importan fuera de la UE, deben cumplir con los mismos procedimientos y normas de higiene de alimentos o equivalentes que los alimentos producidos en el Reino Unido u otras partes de la UE. Antes de ser importados al Reino Unido, todos los productos frescos deben revisarse para asegurar que estén dentro de los Niveles o Límites Máximos de Residuos (MRL, por sus siglas en inglés). Estas pruebas garantizan que los pesticidas utilizados estén autorizados dentro de la UE. La mayoría de los MRLs que se establecen se basan en su uso en la UE, de acuerdo con la Regulación EC 1107/2009. La Regulación 396/2005 se aplica a todos los alimentos comercializados en el Reino Unido, si es que fueron importados. Puede encontrar más información en la siguiente web: www.hse.gov.uk/pesticides

Puede encontrar información completa y detallada sobre estas regulaciones en el siguiente link: www.food.gov.uk/business-industry/imports

Acreditación

Junto con las regulaciones gubernamentales de EE.UU. y Reino Unido, los minoristas principales han impuesto expectativas adicionales sobre sus proveedores. Esto incluye el uso de acreditaciones adicionales, para verificar procedimientos y también para coincidir con la estrategia de la CSR o RSE, en español.

A continuación, se detallan algunos de los principales sistemas de acreditación utilizados por los compradores de fruta comercial en el Reino Unido y con los que



Los proveedores peruanos deben cumplir de manera consistente:

- Consorcio Británico Minorista (BRC, en inglés) – incluye estándares para el manejo de empaquetadoras de fruta, empaquetado, almacenaje y distribución, asegurando las buenas prácticas y la seguridad. Está diseñado para ayudar con la debida diligencia y garantizar el cultivo de frutas con seguridad y calidad consistentes. Ahora abarca a más de 20 000 proveedores certificados en más de 100 países y de 15 idiomas.



Para mayor información ingresar a la página oficial: www.brcglobalstandards.com

- GLOBALG.A.P – es un estándar entre las empresas para la producción de fruta segura y sostenible a nivel de cultivo y planta. Establece rigurosos criterios de Buenas Prácticas Agrícolas (BPA), que los agricultores deben cumplir para poder vender a los minoristas de Reino Unido. Ayuda a garantizar la completa

trazabilidad de los productos desde el estante hasta la granja.

GLOBALG.A.P.

Para mayor información ingresar a la página oficial: www.globalgap.org/uk_en

La mayoría de las tiendas del Reino Unido ahora también poseen sus propios estándares de acreditación. En un entorno tan competitivo, es fundamental que ellas puedan garantizar la calidad y la trazabilidad de sus productos. También es importante que sean capaces de proporcionar pruebas de acatar la política de la CSR o RSE.

A modo de ejemplo, Tesco lanzó el estándar “Nurture” en 1992 para garantizar que ofrecen verduras y frutas de clase mundial. Consiste en tres niveles: bronce, plata y oro, permitiendo a los productores crear negocios sostenibles, y cuidadosos con el medio ambiente. El esquema es auditado anualmente por una compañía independiente, examinando todos los aspectos de la práctica agrícola.

2.4 Barreras, estándares y normas

Comercio Justo

El Reino Unido es uno de los principales mercados con Comercio Justo, con ventas que alcanzaron los GBP 1 700 millones en 2013 y un crecimiento del 12% año tras año. Uno de cada tres plátanos que se venden en el Reino Unido tiene ahora un certificado de comercio justo, con el beneficio de la organización a más de 1,4 millones de campesinos y trabajadores en todo el mundo. La Fundación del Comercio Justo en el Reino Unido es el organismo principal involucrado en el proceso de acreditación.

En 2007, Sainsbury's se convirtió en el primer supermercado que comenzó a vender bananas 100% provenientes de Comercio Justo. Los productos de Comercio Justo también se han expandido, exclusivamente la sección de productos frescos del supermercado. Ahora, también se usa para flores, vino, té, café, chocolate y productos a base de algodón.

En el sector de productos frescos, unas variedades de otros productos ahora suelen venderse con acreditación de Comercio Justo, donde se incluyen uvas, mangos, papayas y otras frutas tropicales.

Al cumplir con los requerimientos de la acreditación de Comercio Justo, también se cubren muchos aspectos esperados por los minoristas en términos de sus CSR. Puede encontrar más información sobre el Comercio Justo: www.fairtrade.org.uk

Orgánicos

Las ventas de alimentos orgánicos en el Reino Unido fueron de GBP 1 860 millones en 2014, un aumento del 4% respecto al año anterior. Hace unos diez años el sector orgánico en el Reino Unido estaba en auge, con un importante crecimiento cada año.

Sin embargo, el impacto de la recesión económica afectó negativamente las ventas orgánicas, con un crecimiento realmente invertido.

Hay algunos supermercados y establecimientos de la industria de los alimentos que intentan vender mayoritariamente orgánicos, por ejemplo, WholeFoods. Sin embargo, la gran mayoría del mercado de minoristas del Reino Unido vende orgánicos y tradicionales y ofrece al consumidor una selección de productos.



Los alimentos clasificados como orgánicos deben cumplir con las pautas y regulaciones de la ley de la UE, la Regulación EC N.º 834/2007. Las frutas de importación deben cumplir las mismas regulaciones que las frutas domésticas, con productores acreditados por un organismo de control aprobado por la UE.

La agricultura orgánica evita la utilización de muchos fertilizantes químicos artificiales, pesticidas y tecnologías de modificación genética.

Puede encontrar más información sobre los productos orgánicos en su página oficial: www.soilassociation.org

Nota: Todos los alimentos que se venden orgánicamente en el Reino Unido deben tener la certificación correcta. Ésta es emitida en el Reino Unido, por la Asociación de Suelos. Solo los productores con esta certificación en el Perú pueden vender fruta orgánica en el Reino Unido.

Puede encontrar más información en el siguiente link:

www.gov.uk/guidance/organic-produce-how-to-become-an-importer

Cuestiones ambientales

Durante los últimos años, el problema del calentamiento global y su impacto en el ambiente mundial de la producción hortícola, se está volviendo más relevante. Como resultado, y por el requerimiento de cumplir con los objetivos ambientales del gobierno del Reino Unido, muchos minoristas y grandes negocios de frutas, tienen medidas en sus CSR o políticas ambientales que limitan su producción de carbono y protegen los recursos naturales.

Un caso en particular es Sainsbury's, un minorista del Reino Unido (al igual que otros minoristas principales) que cuenta con áreas separadas en su plan de negocio relacionadas con el ambiente. Estas incluyen:

- Carbono del proveedor: se desafía a los proveedores de la marca a reducir sus emisiones de carbono en un 50%. Esto implica el uso de puntuaciones de sostenibilidad y producción de carbono, estudios comparativos y talleres.
- Agua: garantizar la sostenibilidad del agua en todas las áreas de la cadena de suministro.

- Desecho positivo: el excedente de frutas se convertirá en energía.
- Empaque: se planea una reducción a la mitad de los empaques de marca propia en comparación con los niveles de 2005.
- Carbono operacional: el objetivo es reducir esto en un 30% en términos absolutos; un 65% en términos relativos.

Es importante que se perciba que los proveedores peruanos para el Reino

Unido se preocupan activamente por el medio ambiente. Algunos minoristas, en relación a algunos productos, generan información sobre la producción de carbono para informar a los consumidores del impacto ambiental, como Tesco con su leche.

La cuestión de minimizar los impactos ambientales se volverá más relevante en los siguientes años como requerimiento para proveer a los principales minoristas en el mercado del Reino Unido.



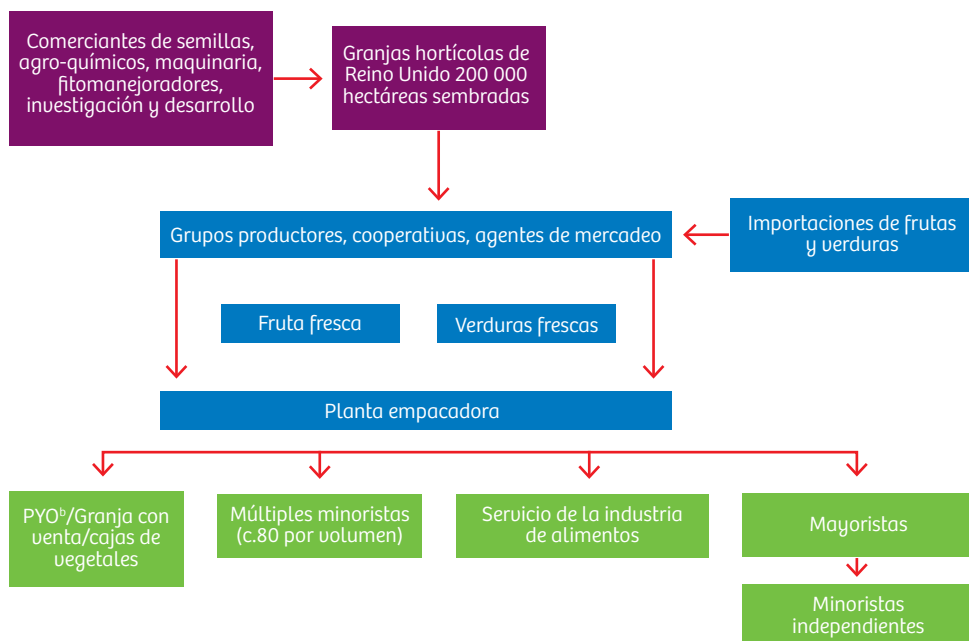
03

Canales de Distribución y Comercialización

Cadena de suministro de productos frescos

El siguiente diagrama ofrece una visión general de la cadena de suministro de productos frescos en el Reino Unido.

Gráfico N° 15



Debido a la actual consolidación del sector minorista en el Reino Unido y el deseo de la mayoría de los principales minoristas de acortar la cadena de suministro siempre que sea posible, el papel tradicional del importador ha sufrido un cambio fundamental en los últimos cinco a diez años.

Los minoristas han designado a importadores y distribuidores clave para que actúen como “administradores de categoría”, quienes tienen la responsabilidad de organizar el suministro de fruta durante todo el año con varias fuentes de suministro; por ejemplo, en el sector de las uvas, esto puede implicar adquirir fruta de hasta 14 países distintos, conforme cambian las estaciones alrededor del mundo.

Ahora los importadores se enfocan mucho en suministrar a quizá 2 o 3 minoristas, o tienen unidades comerciales dedicadas dentro de la compañía para asegurar un alto nivel de enfoque hacia sus clientes.

En algunos casos, también pueden orientarse en una variedad muy pequeña de productos, como las mejores frutas, frutas con carozo, frutos rojos, frutas exóticas, entre otras categorías. A pesar que, anteriormente, los importadores suministraban todas las frutas a todos los minoristas, como era el caso en el pasado..

Los administradores de categoría tanto de frutas como verduras también tienen la responsabilidad de organizar todo el empaquetado, almacenaje, transporte, distribución, promoción y comercialización de las mismas. En algunos casos, también pueden realizar otras funciones, como investigación de mercado y desarrollar información sobre los consumidores para sus clientes minoristas.

En esta función, también se espera que tengan grandes habilidades previas y posteriores a las cosechas, así como equipos de soporte técnico. Esto incluye un conocimiento altamente desarrollado de los proveedores actuales y potenciales,



de las nuevas variedades, de nuevos formatos y tecnologías de empaque, entre otros aspectos. Esto se considera una parte fundamental de su papel más allá de solo suministrar fruta de una calidad alta y de forma constante; lo que ahora se da por sentado.

Por lo tanto, su función se ha transformado mucho desde solo encargarse de la importación y distribución de frutas a la función más amplia como un proveedor de servicios. Los productores y exportadores peruanos deberán desarrollar relaciones muy cercanas con estos administradores de categoría si van a desarrollar negocios con los supermercados del Reino Unido.

Compras directas

Al tomar un control más directo de su abastecimiento, los minoristas pueden asegurar el suministro de productos con sus estándares requeridos, así como eliminar costos de la cadena de suministro.

Algunos buenos ejemplos son:

- ASDA es propietaria de IPL Ltd., una empresa de propiedad total que se

encarga de la importación de productos, compras, empaqueo y transporte.

- Tesco tiene un departamento específico llamado Group Food Sourcing (GFS). Ellos compran y transportan productos, incluyendo frutas, con el objetivo de mejorar la calidad de los productos, simplificar sus cadenas de suministro a nivel global y ofrecer precios más bajos a los consumidores.

Los productores y exportadores peruanos, si desean hacer negocios en el Reino Unido, deberán ser capaces de hacer sus tratos en esta ágil forma de hacer negocios.

En el siguiente cuadro se indican las 50 principales compañías de productos en el Reino Unido, ordenadas de acuerdo a sus ingresos.

NOTA: No todas estas son apropiadas para que los productores/exportadores peruanos hagan tratos, ya que pueden no manejar los productos que Perú tiene para ofrecer u obtener en América Latina y Centroamérica.



Tabla N° 11

Rank	Company	Turnover (GBP millones)	Rank	Company	Turnover (GBP millones)
1	Total Produce	380	26	Fenmarc	100
2	Fresca Group	328	27	Barfoots of Botley	99
3	Poupart	327	28	Compagnie Fruitiere	94
4	MM (UK)	320	29	LFP	90
5	AG Thames	293	30	Finlays	87
6	Fyffes	287	31	Nationwide Produce	85
7	G's Fresh	259	32	Monaghan	80
8	Berry Gardens	207	33	Greencell	78
9	Univeg	203	34	Greenery UK	77
10	Greenvale	197	35	Fesa UK	72
11	Produce World	186	36	Angus Soft Fruits	70
12	Reynolds	179	37	Capespan	66
13	QV Foods	176	38	Peter Gilding	63
14	Vitacress	166	39	Del Monte (UK)	62
15	Albert Bartlett	165	40	IVG White	58
16	Fresh Direct	146	41	SeA Produce	57
17	IPL	137	42	Stubbins	54
18	Minor, Weir & Willis	137	43	Florette	53
19	Branston	130	44	DPS	51
20	Wealmoor	125	45	Blue Skies	51
21	A Gomez	125	46	Keelings FI	51
22	SH Pratt	118	47	E Park & Sons	50
23	Worldwide Fruit	116	48	Haygrove	46
24	Natures Way Foods	113	49	Freshtime	46
25	Kettle Produce	101	50	JO Sims	44

Fuente: Revista Fresh Produce Journal

Alineación de la cadena de suministro

Muchos productores e importadores nacionales también están invirtiendo en sus propias plantas de empaque, con los importadores del Reino Unido que también ofrecen servicios logísticos.

Algunas de estas inversiones se están dando en fuentes de suministro internacionales. Esto incluye a Perú como una fuente de suministro emergente clave para el Reino Unido, y esto puede darse en la forma de joint-ventures o alianzas estratégicas de suministro.

Integridad de la cadena de suministro

Es importante que se asegure la rastreabilidad de todos los productos frescos a lo largo de la cadena de suministro. Muchos de los problemas que

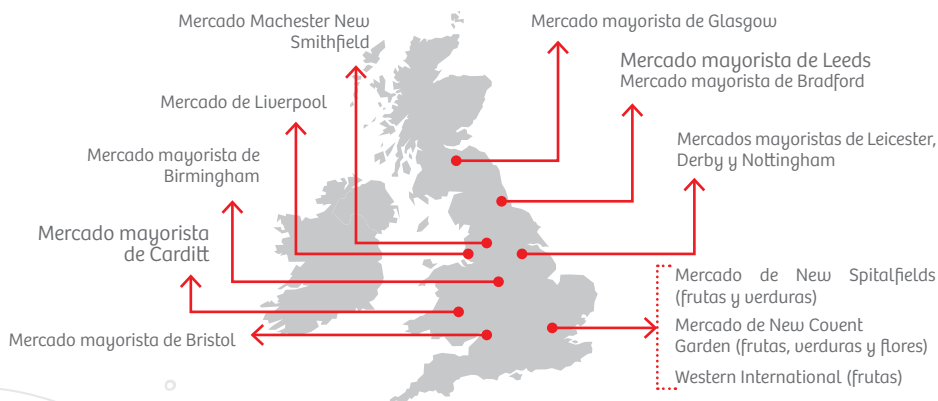
han causado una pérdida de confianza de los consumidores que se indican en la sección de seguridad de los alimentos de este informe, son el resultado de que la cadena de suministro no trabaja de manera conjunta y coordinada. a de forma coordinada.

En el 2013 hubo un escándalo con la carne de caballo en el Reino Unido, cuando se encontró carne de caballo en productos cárnicos, lo que generó una pérdida de confianza por parte de los clientes, e interrumpió la cadena de suministro al tomarse demasiado tiempo para poder identificar la fuente de la carne de caballo.

El sector al por mayor

Los mayores mercados mayoristas en el Reino Unido se encuentran en Londres, junto con Manchester, Liverpool, Birmingham y Glasgow.

Gráfico N° 16



En Londres es diferente, ya que ahí se encuentran tres de estos mercados: el mercado New Covent Garden en el centro de Londres, Western International (cerca del Aeropuerto Heathrow de Londres) y el mercado de New Spitalfields Market (en el lado este de la ciudad).

Durante los últimos veinte años, el papel de los mercados mayoristas tradicionales ha disminuido, conforme las principales cadenas minoristas han buscado apartarse de éstos y hacer sus adquisiciones directamente de los productores e importadores. Por lo tanto, muchos de los mercados mayoristas se han rediseñado para considerar una caída en el volumen de venta ahora que pasa a través de estos.

El valor de venta aún es grande; el mercado New Covent Garden tiene ingresos combinados de 200 negocios mayoristas por alrededor de GBP 650 millones por año.

El rol que cumplen la mayoría de los negocios mayoristas ubicados en estos mercados ha cambiado con los años. Ellos ahora se enfocan en suministrar a los sectores independientes minoristas y de servicios de alimentos/industria de los alimentos. Esta ha sido una tendencia que ha rejuvenecido el sector mayorista para aquellos que han sobrevivido durante los últimos veinte años.

Muchos negocios que operan en estos mercados mayoristas a menudo son operaciones de segunda o tercera generación, y se pone mucho énfasis en la calidad de la relación comercial con proveedores y clientes.

En el pasado, los mercados mayoristas han sido usados ocasionalmente como una ruta para introducir productos que no cumplen con los estrictos requerimientos de los principales supermercados, y como una forma para vender productos de Clase II. Como resultado, los precios eran a menudo volátiles, pero esto ahora ha cambiado y la mayor parte de los mayoristas aceptarán solamente verduras y frutas de alta calidad y también requieren que los proveedores cuenten con sistemas de trazabilidad. Esto significa que los productos en el sector mayorista todavía necesitan tener trazabilidad asegurada y cumplir con los mismos estándares de calidad.

Por lo tanto, los mercados mayoristas siguen siendo una parte importante del sector de los productos frescos del Reino Unido. Mientras que no contabilizan grandes volúmenes en comparación con los supermercados principales, para los productores y exportadores peruanos representan una ruta secundaria al mercado.

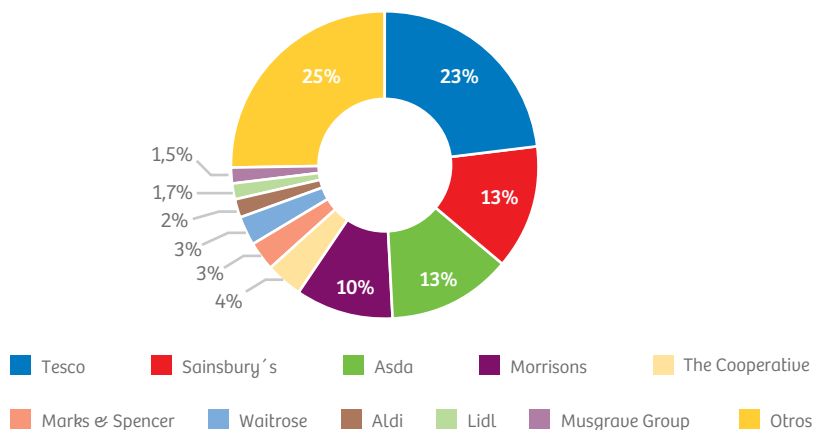


El sector al por menor

Alrededor del 75% de los alimentos y bebidas adquirido para el consumo en el hogar se vende a través de una de las principales 9 cadenas de supermercados. La participación restante del mercado es acaparada por los minoristas independientes (como las verdulerías o

los mercados de agricultores), y pequeñas cadenas minoristas como Booths y Wholefoods. Los mercados de agricultores y las granjas con venta, le dan importancia al aspecto local de los alimentos que venden, por lo que cuentan con muy pocas ventas de productos frescos importados. Se estima que hay 500 mercados de agricultores en el Reino Unido.

Gráfico N° 17: Cuota del mercado minorista del Reino Unido



Fuente: IGD

El minorista premium Waitrose y las tiendas de descuento como Aldi y Lidl lo han hecho particularmente bien en los últimos dos a tres años. Aldi y Lidl se han beneficiado de su posición como una opción más barata para los compradores,

mientras que Waitrose ha tenido éxito con el lanzamiento de gamas que dan más valor por el dinero.

A pesar de los éxitos del sector Premium y de descuento, siguen siendo los cuatro

minoristas principales (Tesco, Asda, Sainsbury y Morrisons) quienes ejercen una influencia considerable sobre la industria de la fruta fresca del Reino Unido y dan forma a las principales oportunidades y desafíos para todos los proveedores, incluyendo a la mayoría de exportadores peruanos.

En el Reino Unido, mientras que el canal de supermercados todavía representa el mayor porcentaje de las ventas, el mercado minorista de alimentos y bebidas ha cambiado. En los últimos cinco años, el mayor crecimiento ha sido en las ventas en línea, seguido por los negocios de descuento y del sector de conveniencia. La tendencia avanza hacia los negocios de descuento y se espera que la venta en línea continúe en ascenso; mientras que los supermercados (grandes y pequeños)

esperan presenciar un crecimiento negativo, junto con otros minoristas (como las carnicerías y tiendas de abarrotes independientes).

En los últimos años, los consumidores han pasado de solamente comprar regularmente en los cuatro supermercados principales (Tesco, Sainsbury's, ASDA y Morrison), a incluir a negocios de descuento como Aldi y Lidl. También se han trasladado hacia la compra de abarrotes en línea (esto se cubre detalladamente más adelante)

Sin embargo, aunque para sus "compras principales" los consumidores se han desplazado a negocios con menores costos, las compras de "buenos productos" en negocios de alto perfil o especializados se han visto más favorecidas. Es por esto que



se ha visto que los consumidores gastan más dinero en menos artículos de mejor calidad, por ejemplo, carne, productos locales y frutas y verduras exóticas.

Tiendas de conveniencia

Los principales minoristas del Reino Unido han estado invirtiendo en el crecimiento de sus cadenas de tiendas de conveniencia. Son tiendas de tamaño pequeño y a menudo se encuentran en los centros de la ciudad, en pequeñas aldeas o cerca de un grupo de tiendas más pequeñas. Tienen a almacenar distintos productos esenciales, y atraen al consumidor con compras de alto nivel, así como con alimentos “para

el camino”. En 2014, sumaron el 21,5% del total del gasto en abarrotes.

Así como los almacenes de conveniencia han tenido un crecimiento en los últimos años, hubo un aumento considerable en la demanda de alimentos para llevar. El aumento en la duración de las jornadas laborales significa que los consumidores suelen demandar alimentos de fácil consumo y que requieran la menor preparación posible.

Los negocios minoristas ahora tienen grandes mostradores dedicados a la venta de alimentos para llevar, así como una amplia variedad de sándwiches,



Fuente: Elaborado por MINCETUR a partir de visitas a tiendas de conveniencia.

emparedados, yogures, ensaladas y ensaladas de fruta preparadas. Las frutas preparadas y las ensaladas de fruta ahora se han vuelto muy populares, con uno de cada cinco adultos comprando cada semana, y un mercado estimado en GBP 1 000 millones. Se utiliza una amplia variedad de frutas, incluyendo el uso de frutas exóticas.

También hay un nicho de mercado para alimentos que se envían directamente a los hogares de los consumidores. Por ejemplo, Graze es una compañía que envía semanalmente cajas de bocadillos a los consumidores, y se enfoca en aquellos en el trabajo. Las cajas incluyen nueces, frutas secas, superalimentos, aceitunas y semillas.

Internet

Aproximadamente el 90% de la población del Reino Unido tiene acceso a internet, más que muchos otros países de la UE. Con un creciente número de dispositivos tecnológicos portátiles, los compradores ahora tienen acceso a Internet de una forma mucho más frecuente. La compra de abarrotos está en el lugar número 8 en términos de compras por Internet, y todos los principales minoristas del Reino Unido lo ofrecen como una opción. En 2015, se espera que las compras de abarrotos en línea hayan alcanzado un valor de GBP

8 900 millones, un crecimiento del 116,7% desde GBP 4 100 millones registrados en el 2010. De 2015 a 2020 se estima un crecimiento del 92,9%, lo que llegaría a los GBP 17 000 millones.

Al igual que las ventas directas a los clientes, se está usando Internet en el mercado de frutas del Reino Unido para transmitir información sobre productos, servicios y sobre la compañía, incluyendo el uso de publicidad y boletines por correo electrónico.

Redes Sociales

En los últimos diez años, hubo un gran aumento en el uso de redes sociales por parte de una gran cantidad de la población del Reino Unido, hasta el grado de que actualmente existen más de 30 millones de cuentas de Facebook, más de 25 millones de cuentas de Twitter y más de 10 millones de cuentas de LinkedIn. Otras formas de redes sociales utilizados ampliamente incluyen Pinterest, Instagram, Flickr y YouTube.

Las redes sociales se están utilizando cada vez más para obtener información sobre productos y empresas. La marca de productos frescos, Pink Lady®, como un buen ejemplo, tiene una fuerte presencia en varias redes sociales, con el objetivo de comercializar sus manzanas premium.



04

Información Adicional

4.1 Datos de contacto de importadores

En la siguiente tabla se indican los actores clave en el mercado de uvas, arándanos y granadas en el Reino Unido.

Tabla N° 12: UK Importadores Uva

Company name	Website
Mack Multiples	www.mack.co.uk
Capespan	www.capespan.com
Poupart	www.poupart.co.uk
Grape Direct	www.grapesdirect.co.uk
Griffin & Brand	www.griffin-brand.co.uk
MM UK	www.mmuk.co.uk
UNIVEG UK	www.univeguk.co.uk
Primafruit	www.primafruit.co.uk



Tabla N° 13: UK Importadores arándanos

Company name	Website
Berry World	www.berryworld.co.uk
Berry Gardens	www.berrygardens.co.uk
Total Berry/Total Produce	www.totalproduce.co.uk
Fresh Direct	www.freshdirect.co.uk
Angus Soft Fruits	www.angussoftfruits.co.uk
Harvest Direct	www.harvestdirect.co.uk
DG Fruit	www.dg-fruit.co.uk
S & A Produce	www.sagroup.co.uk

Tabla N° 14: UK Importadores granada

Company name	Website
Jem Fruits	www.jemfruits.com
Poupart	www.poupart.co.uk
Fruity Fresh	www.fruityfresh.com
Fruco	www.fruco.com
DPS Ltd	www.dpsltd.com
Med Fresh International	www.medfresh.co.uk
Eurofruta	www.eurofruta.co.uk
Innovation Imports UK	www.innovationimports.co.uk

Tabla N° 15: UK Importadores Uua

Oficinas/Gremios	Web/Correo
Associated British Foods PLC	www.abf.co.uk
British Growers Association	www.britishgrowers.org
Fairtrade Foundation	www.fairtrade.org.uk
Fresh Produce Consortium	www.freshproduce.org.uk
Health Food Manufacturers Association	www.hfma.co.uk
Royal Agricultural Society of England	www.rase.org.uk
Oficina Comercial de Perú en Reino Unido – OCEX Londres	jcardenas@mincetur.gob.pe

4.2 Oficinas / Gremios

- FPJ Live - The UK Fruit & Vegetable Congress

21 Abril de 2016, Belfry Hotel & Resort, Birmingham, Reino Unido

www.fpjconferences.com

- London Produce Show

8-10 Junio de 2016, The Grosvenor House, A JW Marriott Hotel, Londres, Reino Unido

www.londonproduceshow.co.uk



05

Links de Interés

- www.fruitnet.com/fpj
 - www.producebusinessuk.com
 - www.fruitnet.com/eurofruit
 - www.newcoventgardenmarket.com
 - www.newspitalfieldsmarket.co.uk
- 



06

Bibliografía

- Consorcio Británico Minorista, (BRC): www.brcglobalstandards.com
- Libro de datos mundiales de la Agencia Central de Inteligencia (CIA): www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/
- Departamento de Agricultura y Asuntos Rurales, DEFRA: www.gov.uk/government/organisations/department-for-environment-food-rural-affairs
- Libro de estadísticas de alimentos de 2014 del Departamento de Agricultura y Asuntos Rurales, (DEFRA): www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/423616/foodpocketbook-2014report-23apr15.pdf
- Adjudicador de Códigos de Abarrotes del Departamento de Agricultura y Asuntos Rurales (DEFRA): www.gov.uk/government/organisations/groceries-code-adjudicator
- Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo, UNCT: comtrade.un.org
- Comisión Europea, Estadísticas, Eurostat: ec.europa.eu/eurostat/en

- Fundación para el Comercio Justo: www.fairtrade.org.uk
- Organización de Agricultura y Alimentos de la División de Estadísticas de las Naciones Unidas, FAO STAT: faostat3.fao.org/home/E
- Agencia de Normas Alimentarias, (FSA): www.food.gov.uk
- Fresh Produce Journal, FPJ: www.fruitnet.com/fpj
- The Guardian: www.theguardian.com/uk
- Institute of Grocery Distribution, IGD: retailanalysis.igd.com
- Fondo Monetario Internacional, FMI: www.imf.org/external/index.htm
- Oanda: www.oanda.com
- Oficina de Estadísticas Nacionales, ONS: www.ons.gov.uk/ons/index.html
- Asociación de suelos: www.soilassociation.org
- El Banco Mundial: www.worldbank.org



Anexo 1

Datos poblacionales y demográficos del Reino Unido

La población del Reino Unido es de 62,8 millones de habitantes, de los cuales 52% son mujeres y 48% son varones. Entre los años 2000 y 2015, la población del Reino Unido aumentó con una CAGR del 0,6%. Se prevé que para 2050 la población del Reino Unido crezca un 13%, alcanzando los 70,9 millones de habitantes.

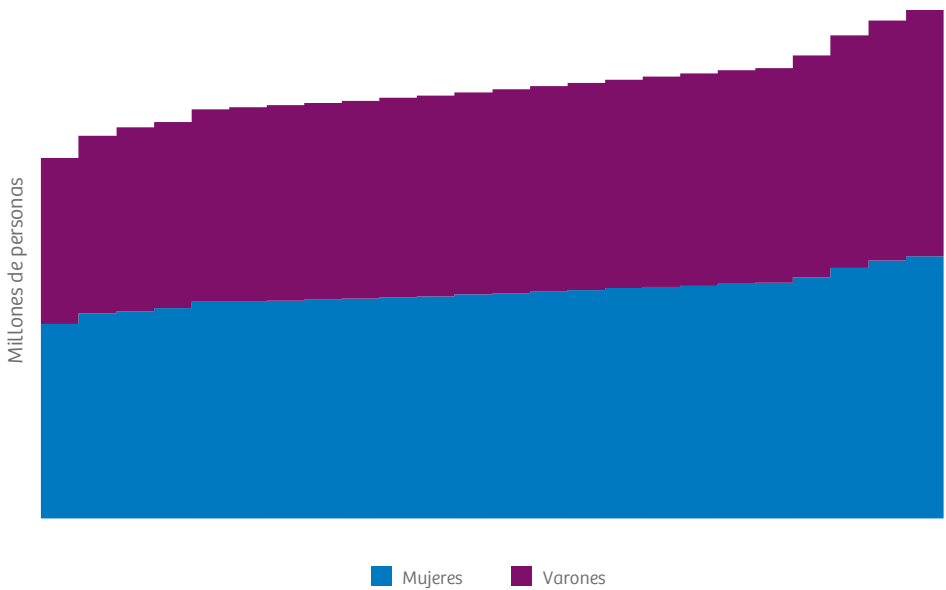
Londres es el área más poblada del Reino Unido (aproximadamente 8 millones de habitantes). Otras áreas urbanas densamente pobladas incluyen ciudades importantes como Birmingham,

Manchester, Leeds, Liverpool, Newcastle, Glasgow, Bristol, Edinburgh, Cardiff y Belfast.

El Reino Unido tiene una estructura de población en envejecimiento. Del año 2000 al 2015, la población de más de 80 años aumentó un 34%, de 2,39 millones a 3,15 millones específicamente. El porcentaje de población con edades entre 20 y 39 años de edad fue el que menos aumentó durante este tiempo, solo menor a 1%, pasando de 16,78 millones a 16,86 millones.

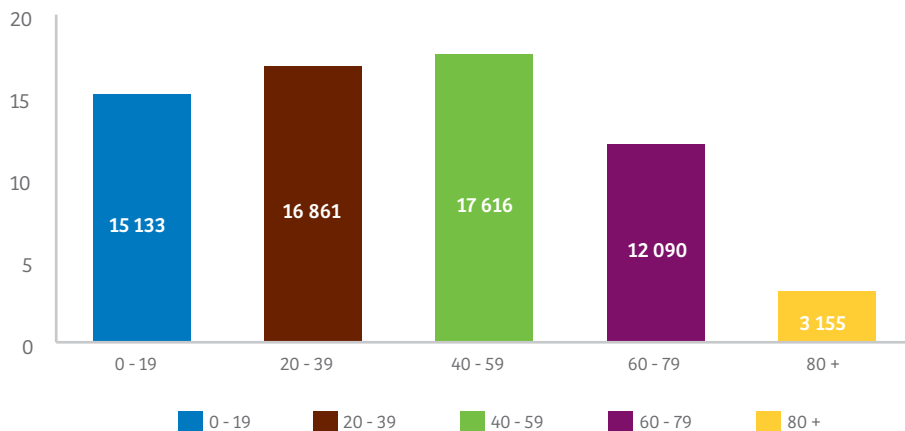


Gráfico N° 18: Población del Reino Unido, por género



Fuente: Banco Mundial

Gráfico N° 19: Población del Reino Unido, por edad, 2015



Fuente: Banco Mundial

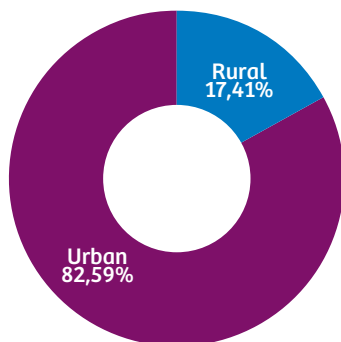
Al igual que gran parte del mundo, el Reino Unido se vio afectado por la crisis económica de 2009. Durante este período, el desempleo aumentó en 2011 al 8,1%. La tasa de desempleo actual en el Reino Unido es del 5,38%, la más baja desde 2007.

La población del Reino Unido se ha vuelto gradualmente más diversa étnicamente durante los últimos veinte a treinta años. Del total de la población, el 83% aún son británicos e irlandeses de raza blanca. El 17% restante de la población

es una mezcla de grupos étnicos con otros blancos (europeos, norteamericanos, entre otros.) que suman 1,9 millones, o el 4%, seguido por 1,4 millones personas de India y 1 millón de Pakistán.

Con una mezcla étnica cada vez más diversa en la población, la cultura alimentaria del Reino Unido se ha vuelto mucho más internacional en su naturaleza. La implicancia de esto es una demanda por una gama mucho más exótica y diversa de productos frescos.

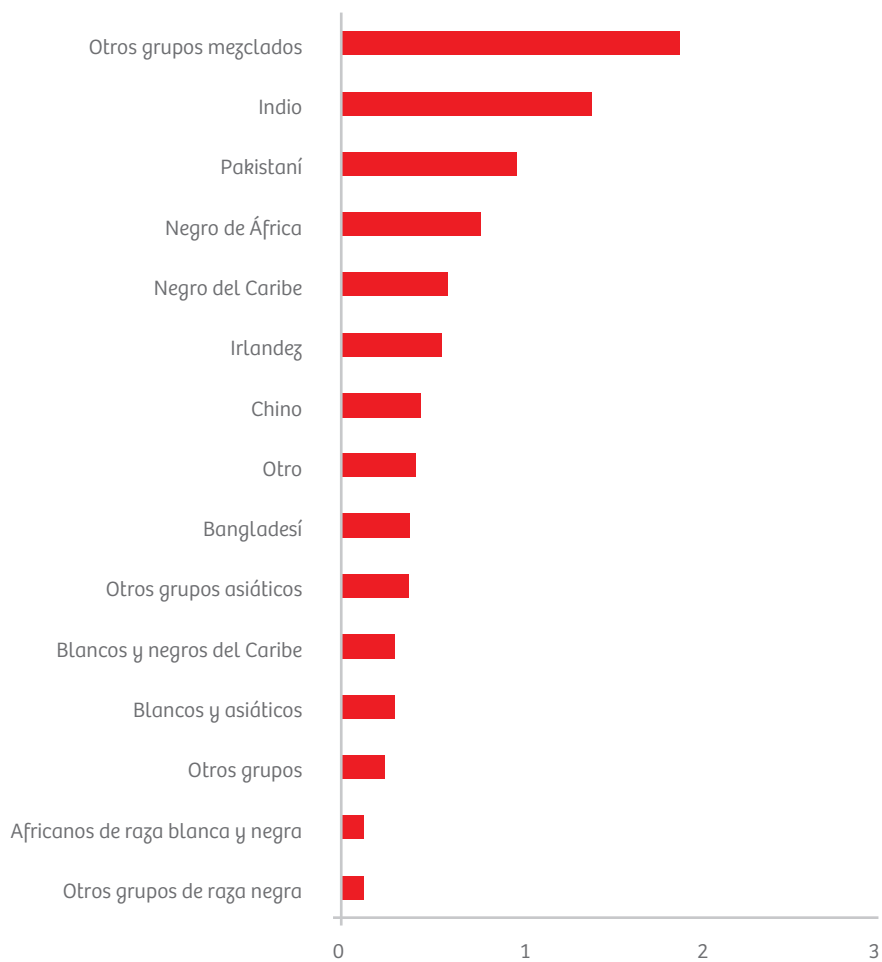
Gráfico N° 20: Población del Reino Unido



Fuente: Banco Mundial



Gráfico N° 21: Población de minorías de Inglaterra y Gales, por grupo étnico



Fuente: ONS



Anexo 2

Tabla 16: Análisis FODA del mercado del Reino Unido para Perú

Fortalezas	Debilidades
Base de población grande.	Una preocupación potencial con otros mercados internacionales y sus exigencias varietales específicas.
Alto ingreso disponible.	Promoción limitada de la fruta peruana en el Reino Unido.
Interés creciente en los alimentos por sí mismos.	Los consumidores del Reino Unido son menos
Crecimiento económico relativamente fuerte en comparación con Europa.	Las tendencias se dirigen a los kilómetros que recorren los alimentos y el abastecimiento local.
Creciente demanda de frutas exóticas y otras frutas fuera de temporada.	Distancia de Perú desde el mercado británico.
Población cada vez más diversa.	
Perú es visto como un proveedor fuerte y edificante con excelente clima.	

Oportunidades	Amenazas
Crecimiento en frutas y ensaladas preparadas previamente.	No están construyendo relaciones comerciales fuertes con los importadores del Reino Unido.
Mayor demanda del Reino Unido de variedades/ productos nuevos.	La RSE, el agua y las cuestiones laborales se han destacado en Perú y el aumento a los salarios impacta en la competitividad y en los precios peruanos.
Aprovechar al máximo los acuerdos comerciales entre Perú y la UE y el Reino Unido.	La sobreproducción ocasionada por las nuevas plantaciones que conduce a disminuir la presión de los precios.
La construcción de una imagen positiva de Perú para el comercio con el Reino Unido.	Permitir una reducción en la calidad peruana afecta la imagen que tienen los importadores del Reino Unido de Perú.
Está aumentando el interés en Perú como país.	Los exportadores y productores peruanos se centran en los mercados en Asia, más que en el Reino Unido y otros productores/exportadores del hemisferio sur están alargando sus ventanas de suministros y aplicando presión sobre la capacidad del Perú para exportar al Reino Unido
Nuevas rutas al mercado - tiendas de conveniencia, crecimiento de las tiendas de descuento, venta en línea, industria de los alimentos, etc.	
La consolidación de los negocios existentes con los principales supermercados.	



Anexo 3

Adjudicador de Códigos de Abarrotes (GCA)

El 25 de junio del 2013, el Adjudicador de Códigos de Abarrotes (GCA, por sus siglas en inglés) entró en vigor en el Reino Unido. El objetivo de esta organización es supervisar la relación entre los supermercados y sus proveedores, y asegurar que los supermercados traten a sus proveedores directos de forma justa y se apeguen al Código de Prácticas del Suministro de Abarrotes. Para ello, el GCA investiga las denuncias del proveedor y media en los conflictos.

El GCA investiga quejas confidenciales de proveedores sobre los minoristas. A partir de esto, el GCA puede hacer recomendaciones a los minoristas y, si se presenta una queja, entonces es necesario publicar los detalles relacionados con el incumplimiento. En los casos más graves, el GCA tiene la facultad de imponer multas significativas.

Desde que comenzó sus operaciones, el GCA ha presentado un caso contra Tesco en relación a la forma de tratar a algunos de sus proveedores. Esto incluye el retraso de los pagos y disposición de apoyo promocional no planificado para la exhibición destacada de los productos en la tienda.





Tesco suppliers say retailer worst at following grocery code of practice

Questionnaire reveals 30% of direct suppliers say UK's biggest supermarket rarely complies with industry code



Anexo 4

La posición de Perú como proveedor del Reino Unido

Se entrevistó a varias de las principales organizaciones para obtener información sobre el mercado del Reino Unido.

Tabla 17

Company	Name	Email	Description
Red Communications	Dominic Weaver	DominicW@redcomm.co.uk	Market and public relations agency - specialising in fresh food and drink
Exterra Ltd	Mark Bradnum	markbradnum@exterra.co.uk	Marketing company
Capespan	Geoff Green	Geoff.Green@capspan.co.uk	Fresh produce marketing, distribution and procurement
Nicholas Marston	Berry Gardens	nmarston@berrygardens.co.uk	Berry production and marketing
Eddie Fleming	Jem Fruits	eddie@jemfruits.com	Exotic fruit importer
Jonathan Olins	Poupart Imports	jonathan.olins@poupartimports.co.uk	Fresh produce imports to non supermarket sector
Nic Walton	Berry World	Nic.Walton@berryworld.co.uk	Berry marketing and supplier to retailers
Chris White	Fruit Net	chris@fruitnet.com	Media
Charles Rees	Vitacress / Western International	Charles.Rees@uitacress.com	Wholesaler

Elaboración: MINCETUR

a) ¿Qué experiencia tiene con la fruta del Perú?

Existe una gran variedad de experiencias en el Reino Unido en cuanto a trabajar con Perú como proveedor, desde asociaciones de comercio hasta los trabajos directos con agricultores y exportadores. Muchos han trabajado con Perú por varios años, y han visto crecer a la industria, mientras otros son relativamente nuevos en el trabajo con ellos.

b) ¿Cómo se ajusta el Perú en el catálogo de países que proveen fruta al Reino Unido?

Perú tiene una imagen muy positiva en el mercado de frutas del Reino Unido. El clima de Perú permite el suministro de productos al Reino Unido, en una época del año cuando otros exportadores no siempre pueden abastecer el mercado. La calidad de los productos y servicios se clasifica muy positivamente, con muchas observaciones sobre lo profesional que es tratar con el país. El futuro para Perú como un proveedor del Reino Unido parece muy positivo. Se notó que la expansión en el suministro puede causar una presión de disminución en los precios, y que el mercado del Reino Unido ahora tiene una mayor conciencia de los precios que en el pasado.

c) ¿Qué tan fuerte es el paquete total de servicios del Perú en el Reino Unido?

Perú ha trabajado duro para superar temas como transporte, CSR o RSE y uso de agua. Se le considera como un proveedor muy fuerte.

d) ¿Qué desventajas tiene Perú como proveedor en comparación con otros países?

El mayor desafío es la distancia entre Perú y el Reino Unido, lo que hace que la logística sea relativamente costosa. Las cuestiones de mano de obra pueden verse como una desventaja ante la perspectiva de los medios.

e) ¿Tres cosas que podrían hacer los exportadores peruanos para mejorar sus relaciones comerciales con el Reino Unido en términos de fruta?

Aunque hubo comentarios dispares en cuanto a la inversión en promoción, la mayoría indica que se requieren visitas a los clientes e importadores, así como una presencia más sólida en las principales exposiciones comerciales.



Perú



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

