

DINAMICO MERCADO DE LA INDUSTRIA DE CONSERVA DE ESPARRAGO



Michael Horney S.



12 de Noviembre del 2010



AGENDA

- ESCENARIO MUNDIAL
- PRODUCCIÓN
- MERCADOS
- ESTRUCTURA DE PRECIOS
- SEGMENTACIÓN DEL MERCADO
- ANOTACIONES

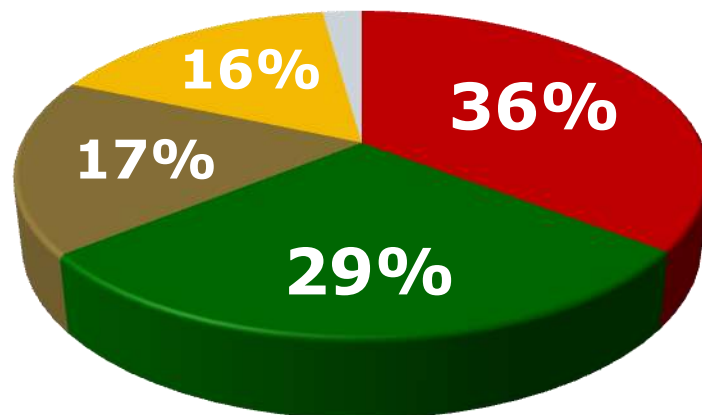


1. ESCENARIO MUNDIAL



SUPERFICIE POR CONTINENTE

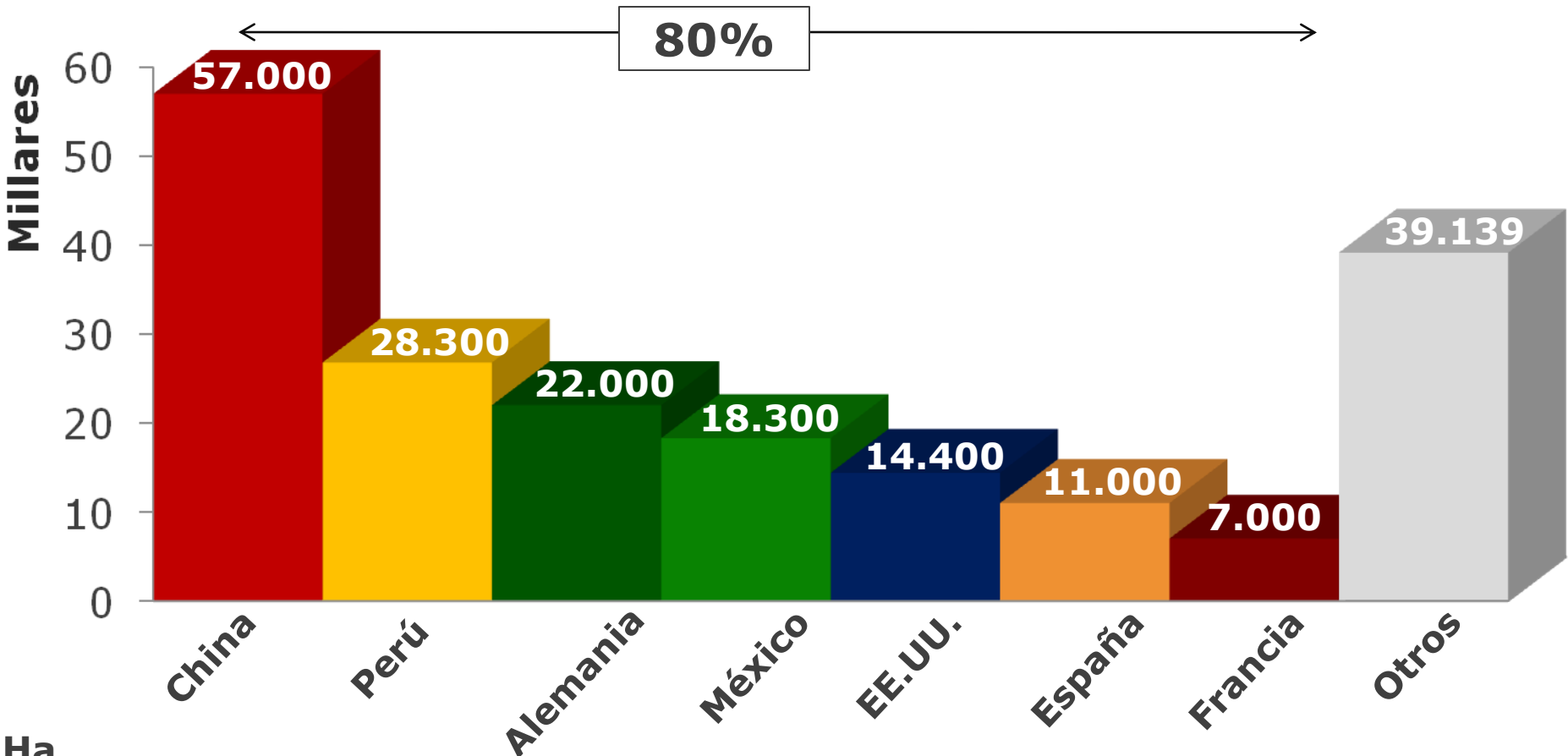
Año 2009



	<u>2001</u>	<u>2009</u>	<u>VAR</u>
■ Asia	101.600	69.500	- 32%
■ Europa	60.600	56.200	-7%
■ América del Norte	50.800	34.000	-33%
■ América del Sur	28.800	33.100	+15%
■ Otros	10.600	4.300	-59%
TOTAL	252.400 ha	197.100 ha	-22%



SUPERFICIE POR PAÍS 2009



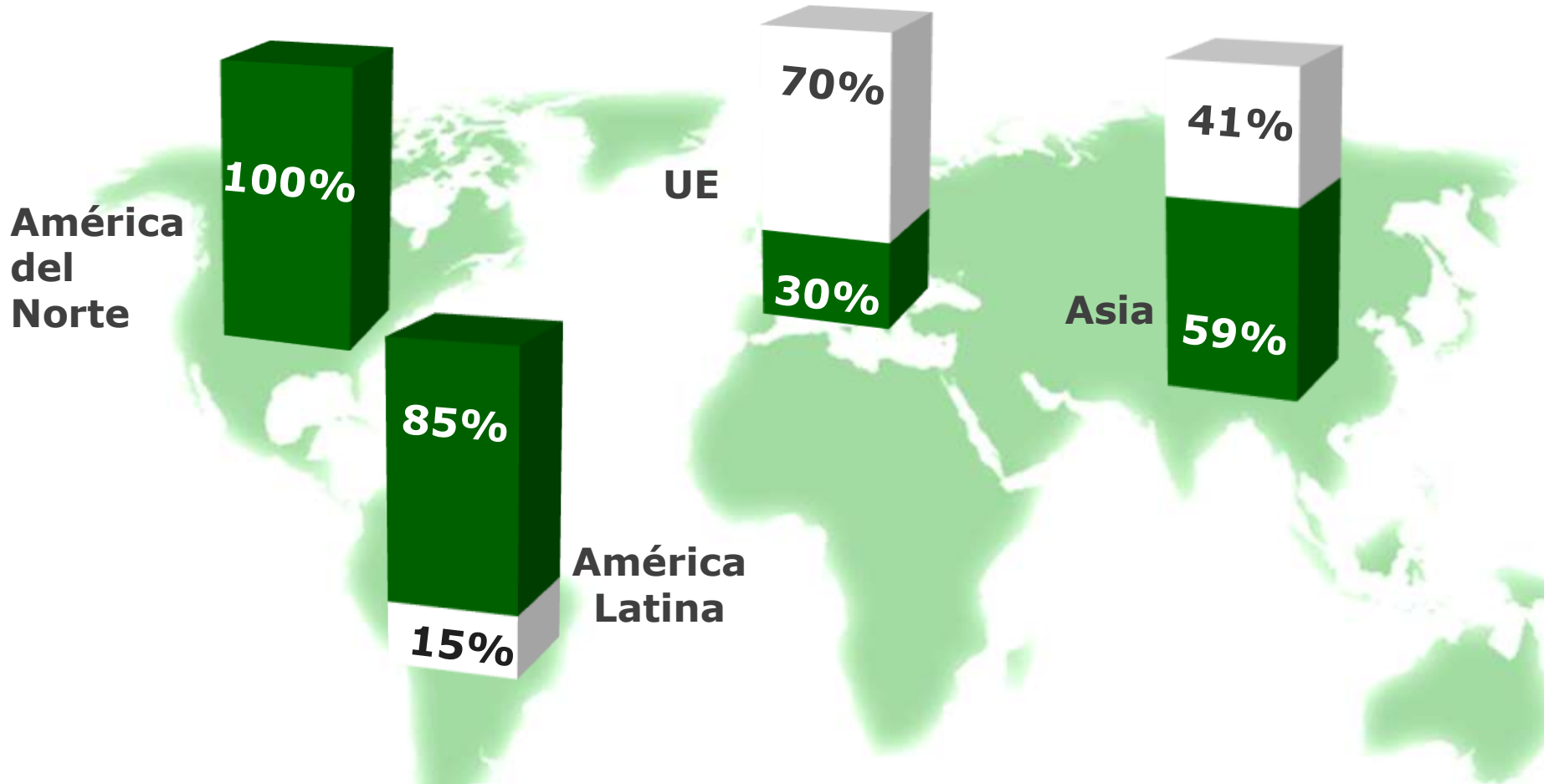
Ha	China	Perú	Alemania	México	EE.UU.	España	Francia	Otros
2001	90.000	20.000	14.500	15.000	33.500	17.000	10.500	52.945
2001-2009	-	+	+	+	-	-	-	-

Fuente: California Asparagus Seed and Transplants/Censo IPEH 2009



PRODUCCIÓN POR VARIEDAD 2009

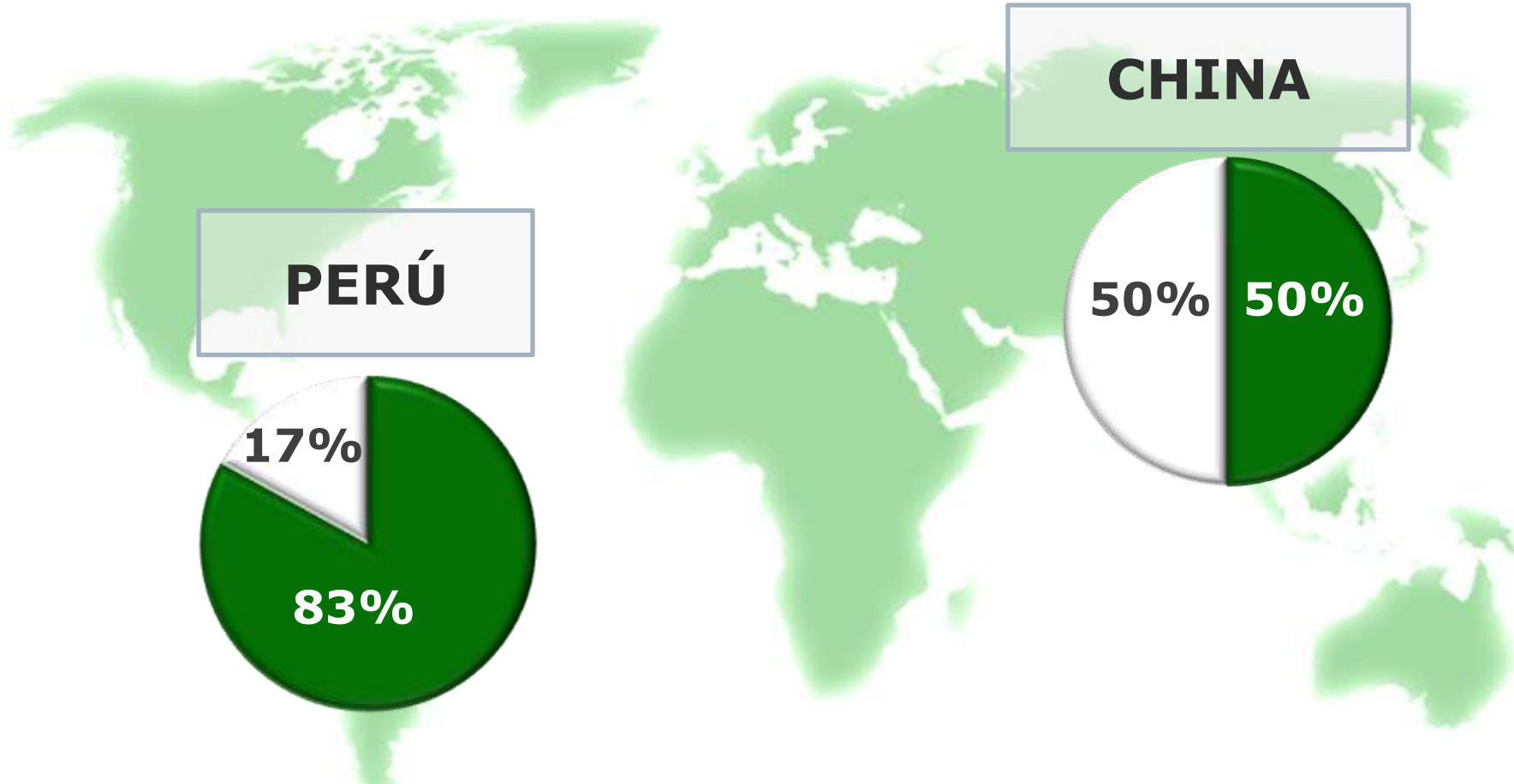
■ Verde □ Blanco





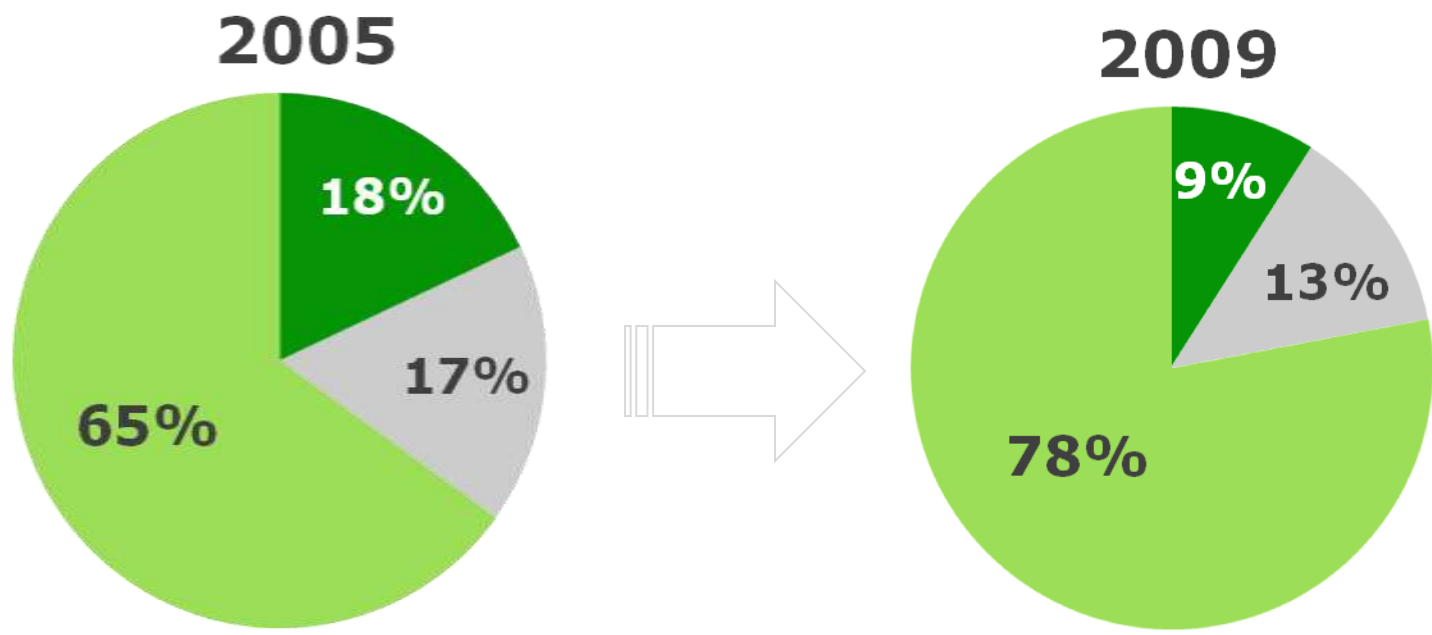
PRODUCCIÓN POR VARIEDAD 2009

■ Verde □ Blanco





ESPÁRRAGOS POR INDUSTRIA GLOBAL

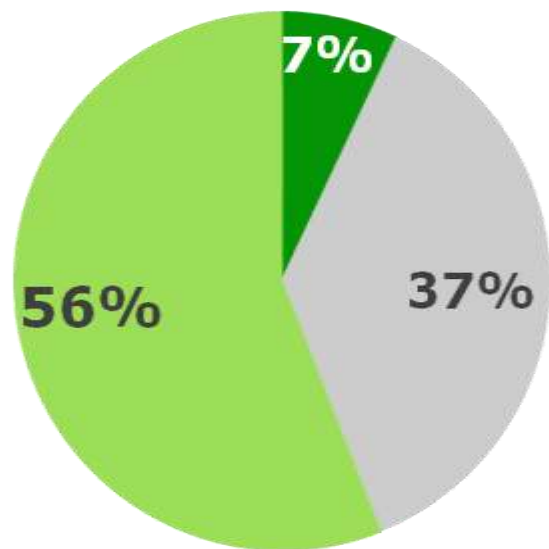


■ Fresco ■ Congelado ■ Conserva

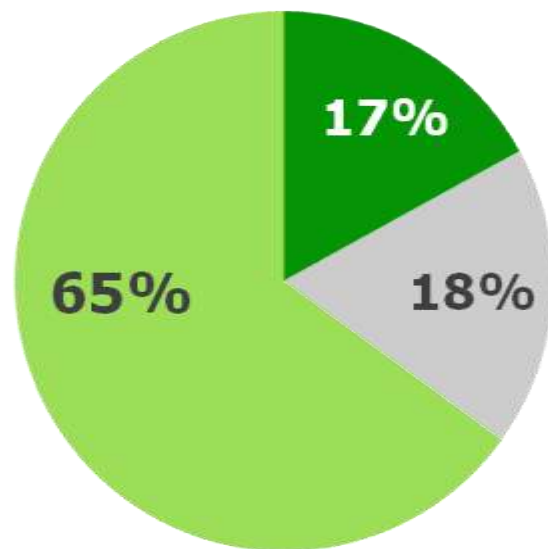


ESPÁRRAGOS POR INDUSTRIA 2009

PERÚ



CHINA



■ Fresco ■ Congelado ■ Conserva



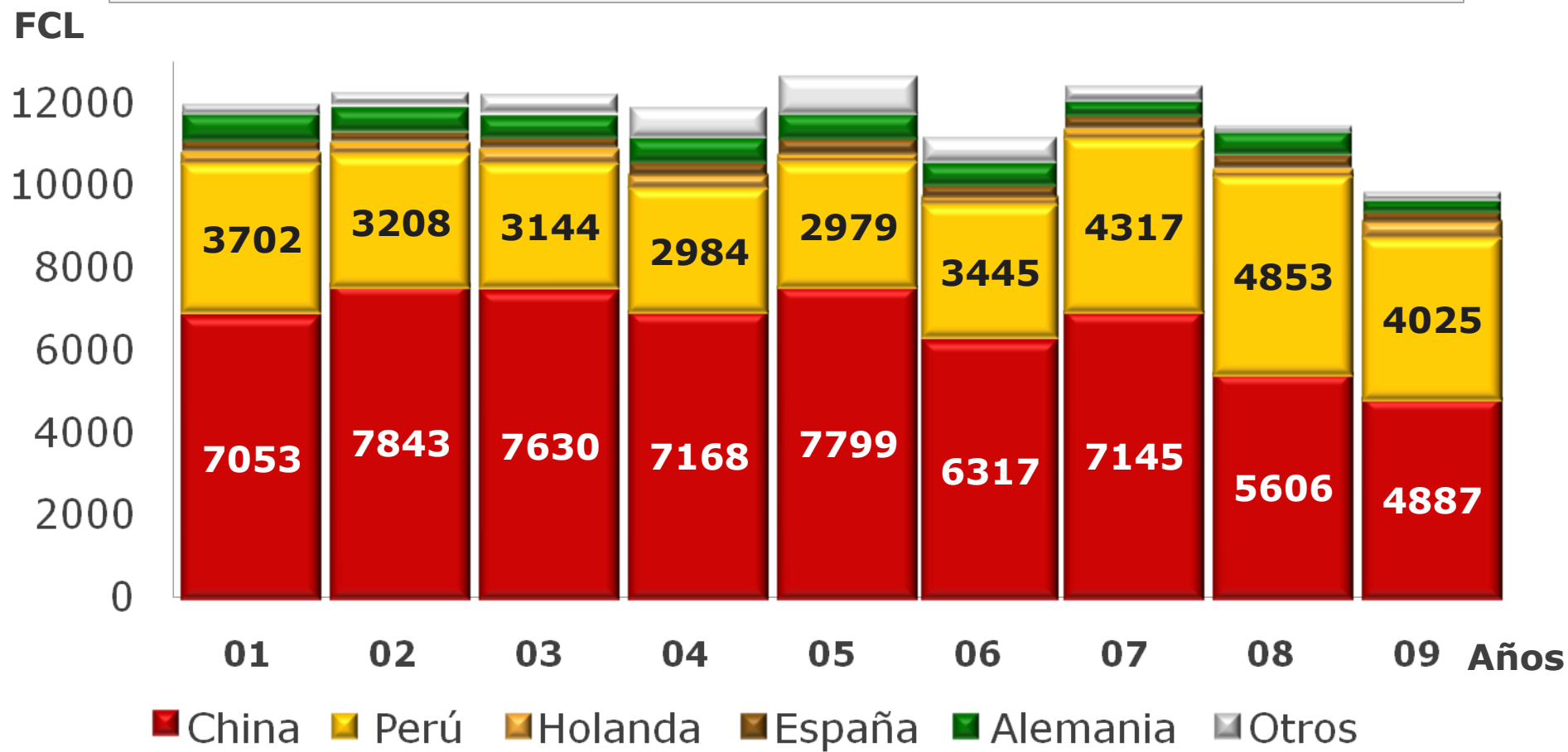
2. PRODUCTORES ESPÁRRAGOS EN CONSERVA

ESPÁRRAGOS EN CONSERVA



EXPORTACIONES GLOBALES

UN MERCADO MADURO DE 10 a 12K FCL



Fuente: International Trade Center
•FCL: Full Container Load, Estimaciones a base de 13,600 kg neto por contenedor

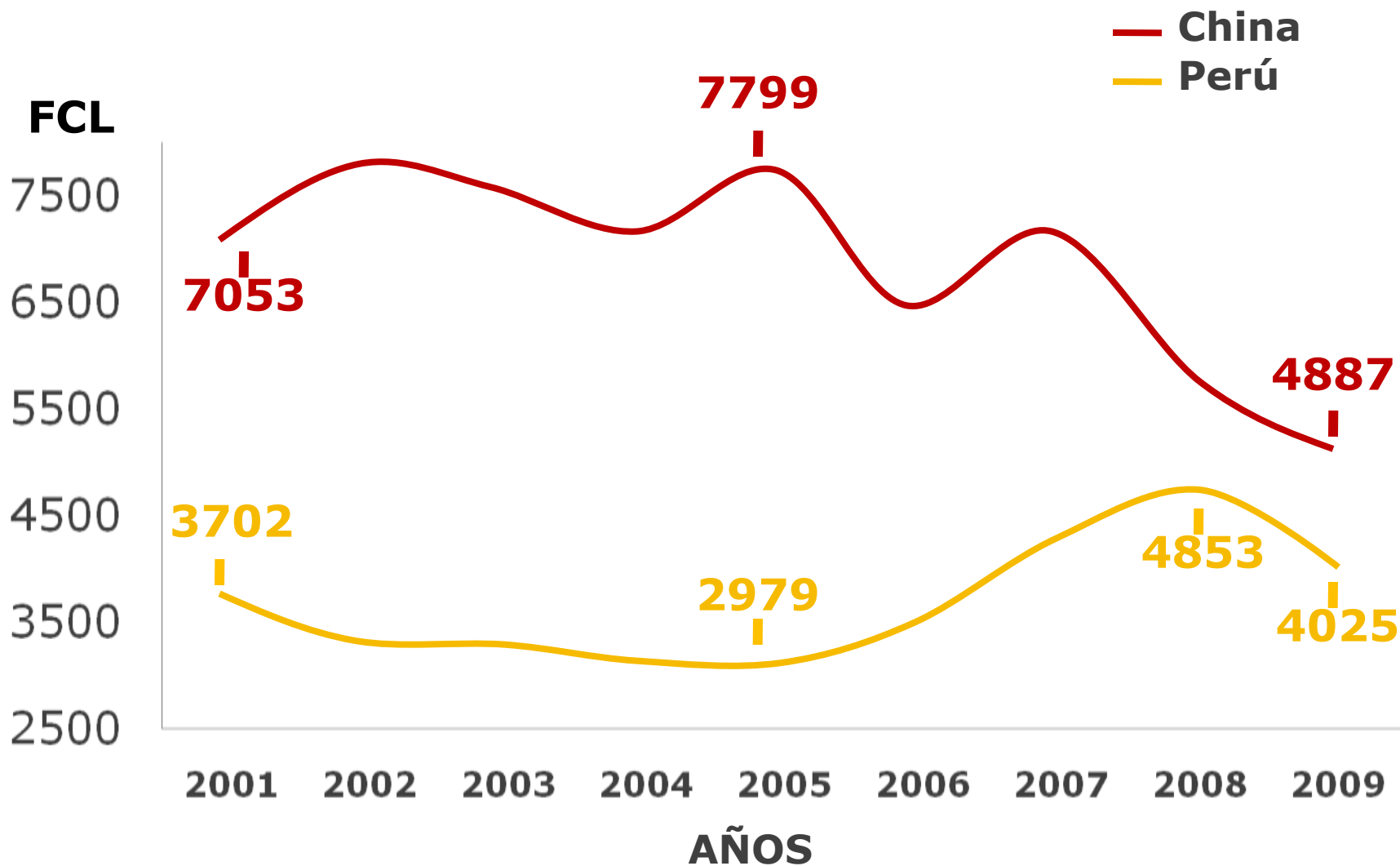
EXPORTACIONES GLOBALES

Exportadores 2000	FCL	%	Exportadores 2009	FCL	%	%Var
China	7.053	57%	China	4.887	48%	-31%
Perú	3.702	30%	Perú	4.027	40%	9%
Holanda	317	3%	Holanda	464	5%	46%
España	263	2%	España	283	3%	8%
Alemania	695	6%	Alemania	231	2%	-67%
Otros	355	3%	Otros	200	2%	-44%
Total FCL	12.385	100%	Total FCL	10.092	100%	-19%

CHINA + PERU = 88% de la oferta mundial



CHINA - PERÚ



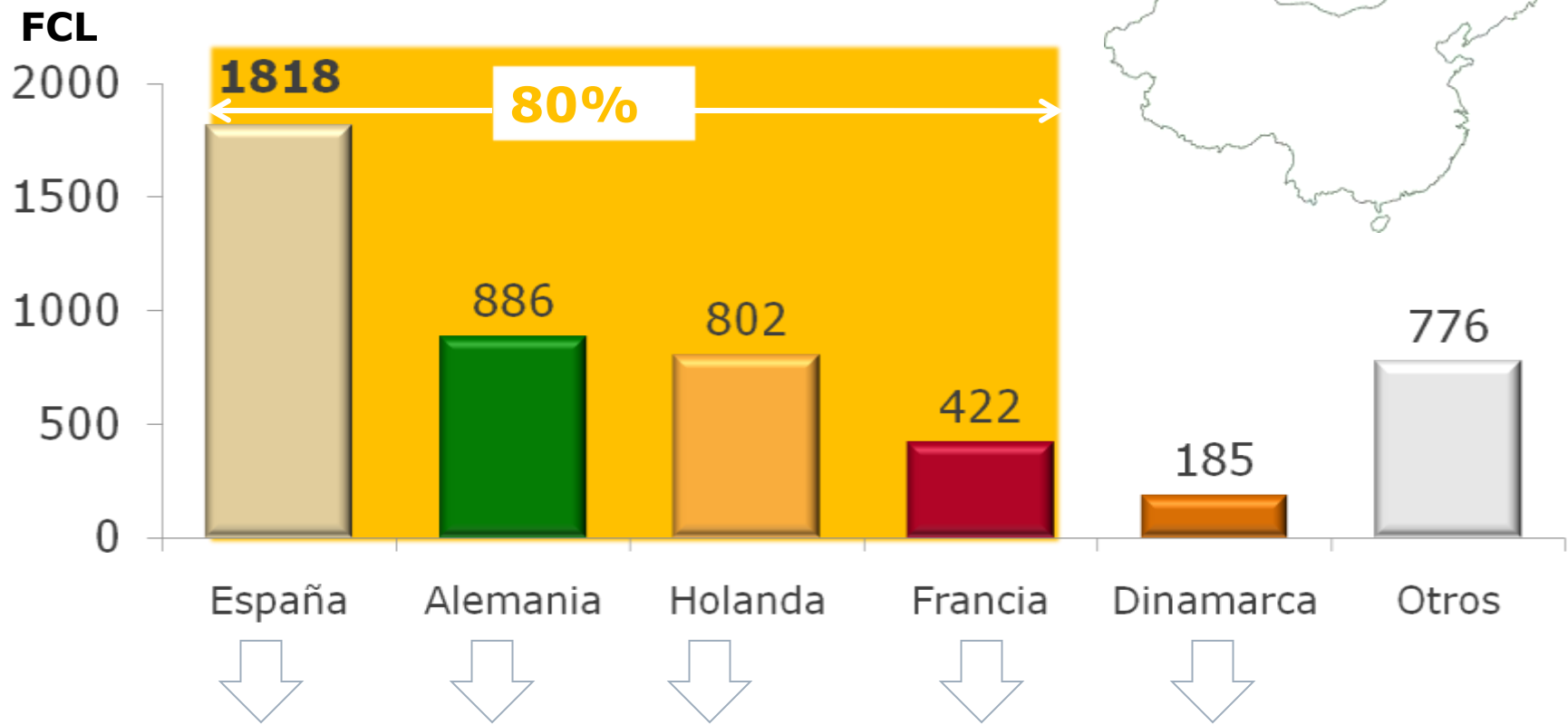
Fuente: International Trade Center

•FCL: Full Container Load, Estimaciones a base de 13,600 kg neto por contenedor



EXPORTACIONES DE CHINA

Año 2009



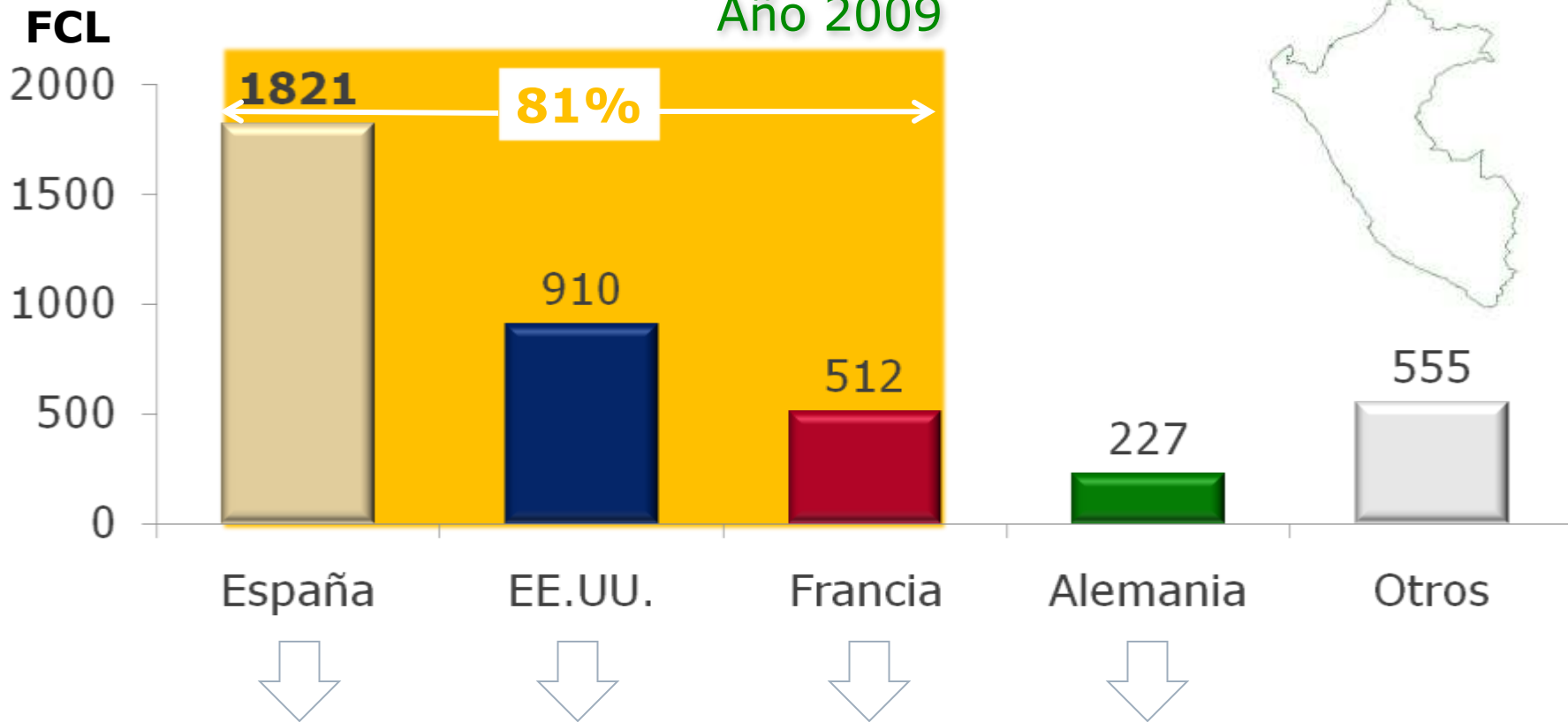
Destino	Precio FOB Contenedor
España	23.545 \$
Alemania	17.550 \$
Holanda	18.859 \$
Francia	22.848 \$
Dinamarca	12.486 \$
Promedio	20.676 \$

Fuente: International Trade Center
 •FCL: Full Container Load, Estimaciones a base de 13,600 kg neto por contenedor



EXPORTACIONES DEL PERÚ

Año 2009



Destino	Precio FOB Contenedor
España	25.986 \$
EE.UU.	26.981 \$
Francia	26.678 \$
Alemania	22.965 \$
Promedio	25.652 \$

Fuente: International Trade Center
•FCL: Full Container Load, Estimaciones a base de 13,600 kg neto por contenedor



3. MERCADOS

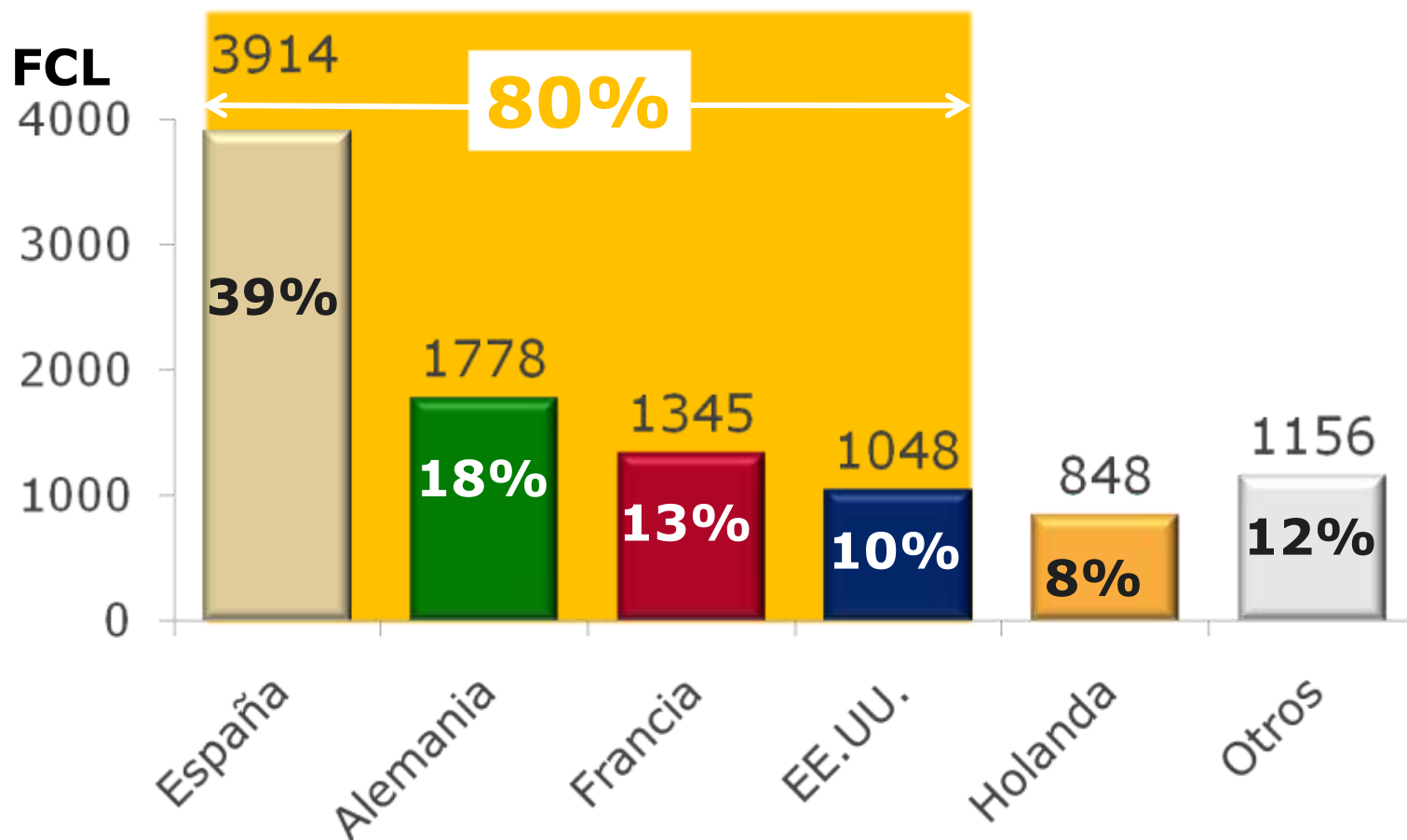
ESPÁRRAGOS EN CONSERVA

ESPÁRRAGOS EN CONSERVA



IMPORTACIONES GLOBALES

Año 2009



Fuente: International Trade Center

•FCL: Full Container Load, Estimaciones a base de 13,600 kg neto por contenedor



ESPAÑA

ESPAÑA



MERCADO ESPAÑOL

Año 2009

Valores en toneladas



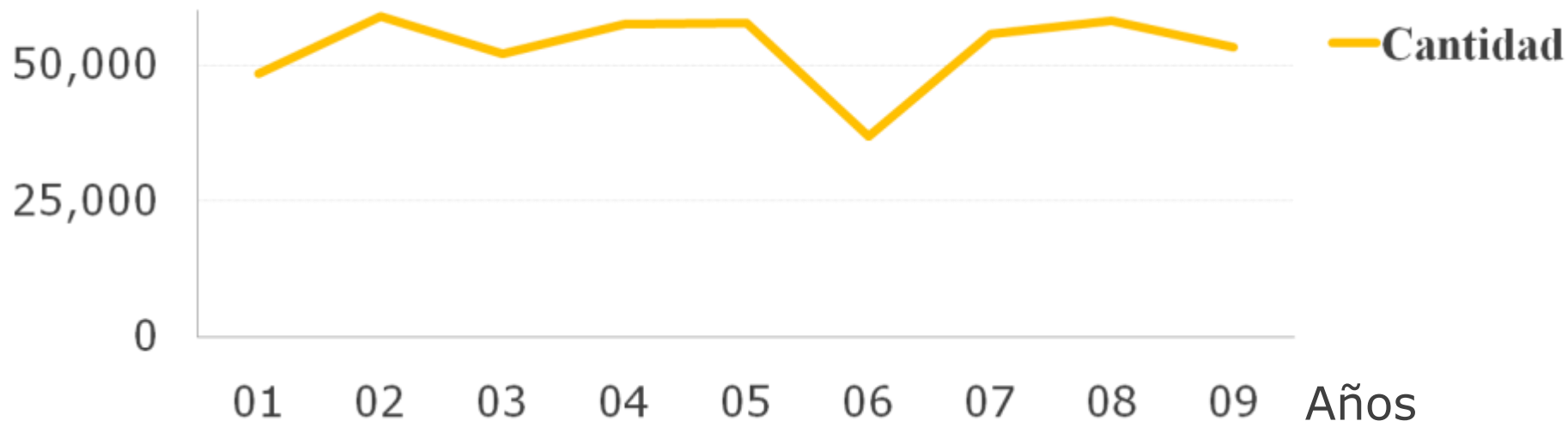
PERFIL DEL MERCADO ESPAÑOL:

- Existe un gran número de distribuidores.
- El producto importado generalmente es sin marca.
- Atomización de marcas de distribuidor, marcas premium, retail.
- Actualmente tiene un retail debilitado por la crisis.

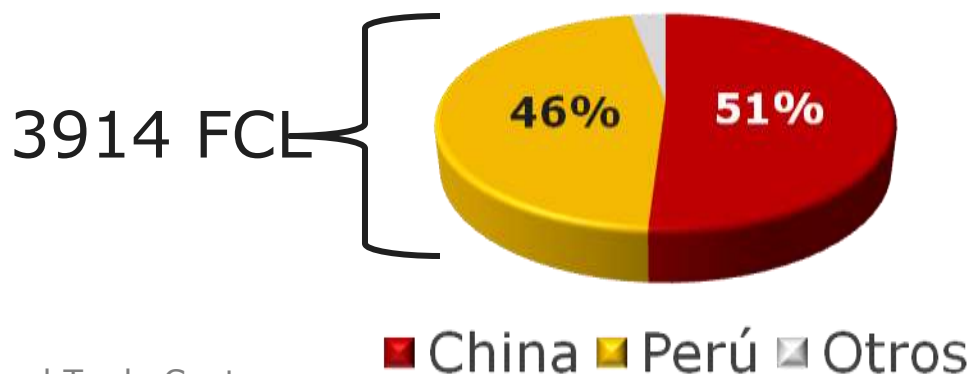


IMPORTACIONES - ESPAÑA

Toneladas



SOCIOS COMERCIALES 2009



Fuente: International Trade Center

FCL: Full Container Load, Estimaciones a base de 13,600 kg neto



ALEMANIA

VEGIVIA TV



MERCADO ALEMÁN

Año 2009

Valores en toneladas



PERFIL DEL MERCADO ALEMÁN:

- El retail compra directamente al exportador o través de traders.
- Trabaja con programas anuales.
- Es un comprador agresivo, busca sobretodo precio bajo a través de su fuerza en el volumen de compra



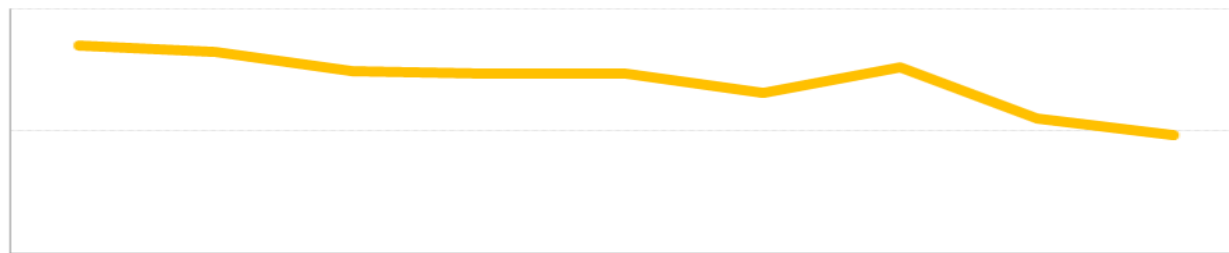
IMPORTACIONES - ALEMANIA

Toneladas

50,000

25,000

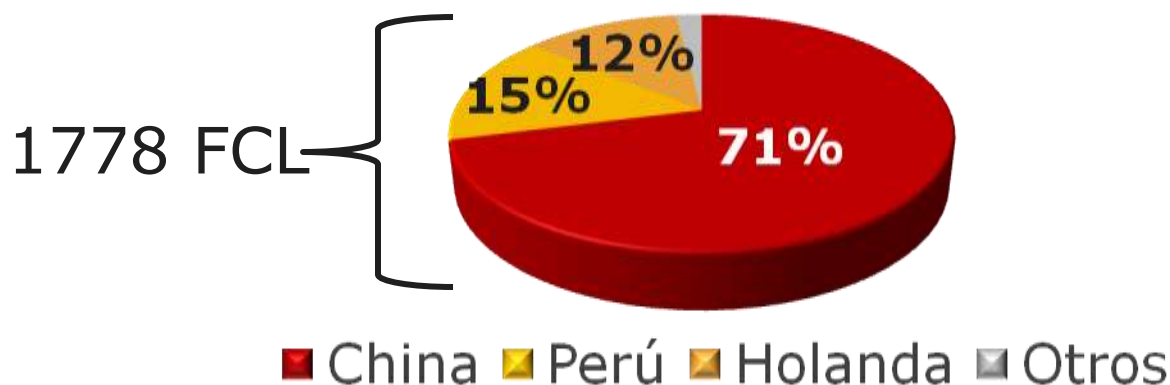
0



— Cantidad

01 02 03 04 05 06 07 08 09 Años

SOCIOS COMERCIALES 2009





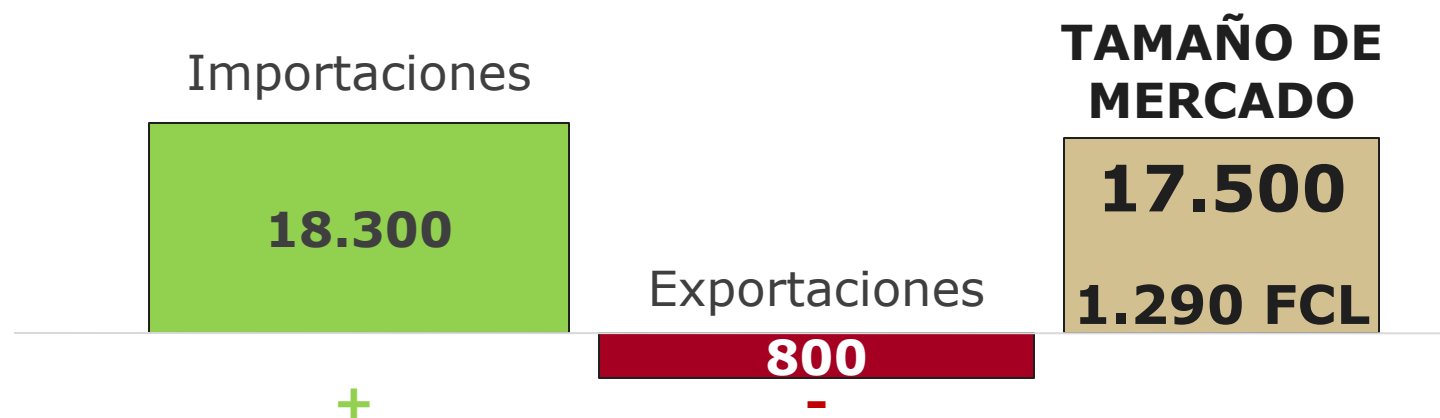
FRANCIA

FRANCIA

MERCADO FRANCÉS

Año 2009

Valores en toneladas



PERFIL DEL MERCADO FRANCÉS:

- El retail compra directamente al exportador o través de traders.
- Se trabaja con programas anuales y compras puntuales.
- Dan preferencia a empresas con mayor gama de productos.



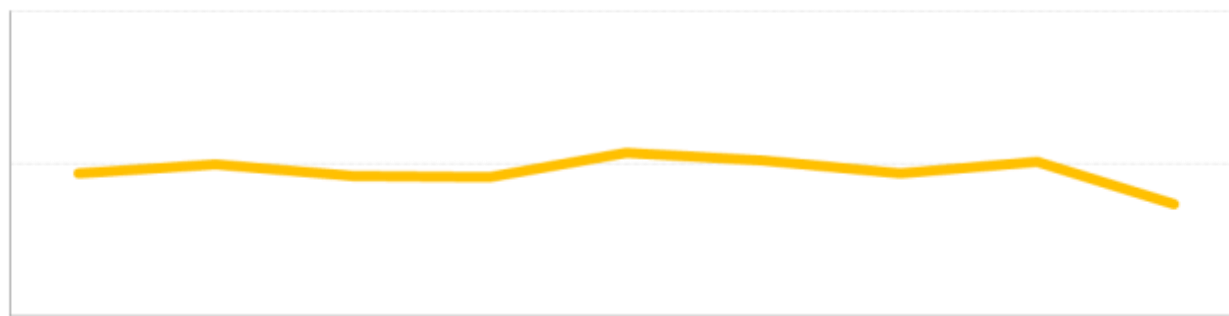
IMPORTACIONES - FRANCIA

Toneladas

50,000

25,000

0



— Cantidad

01

02

03

04

05

06

07

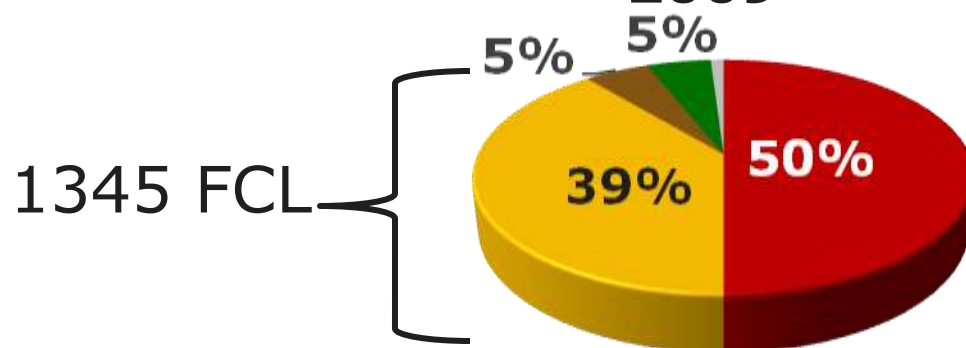
08

09

Años

SOCIOS COMERCIALES

2009



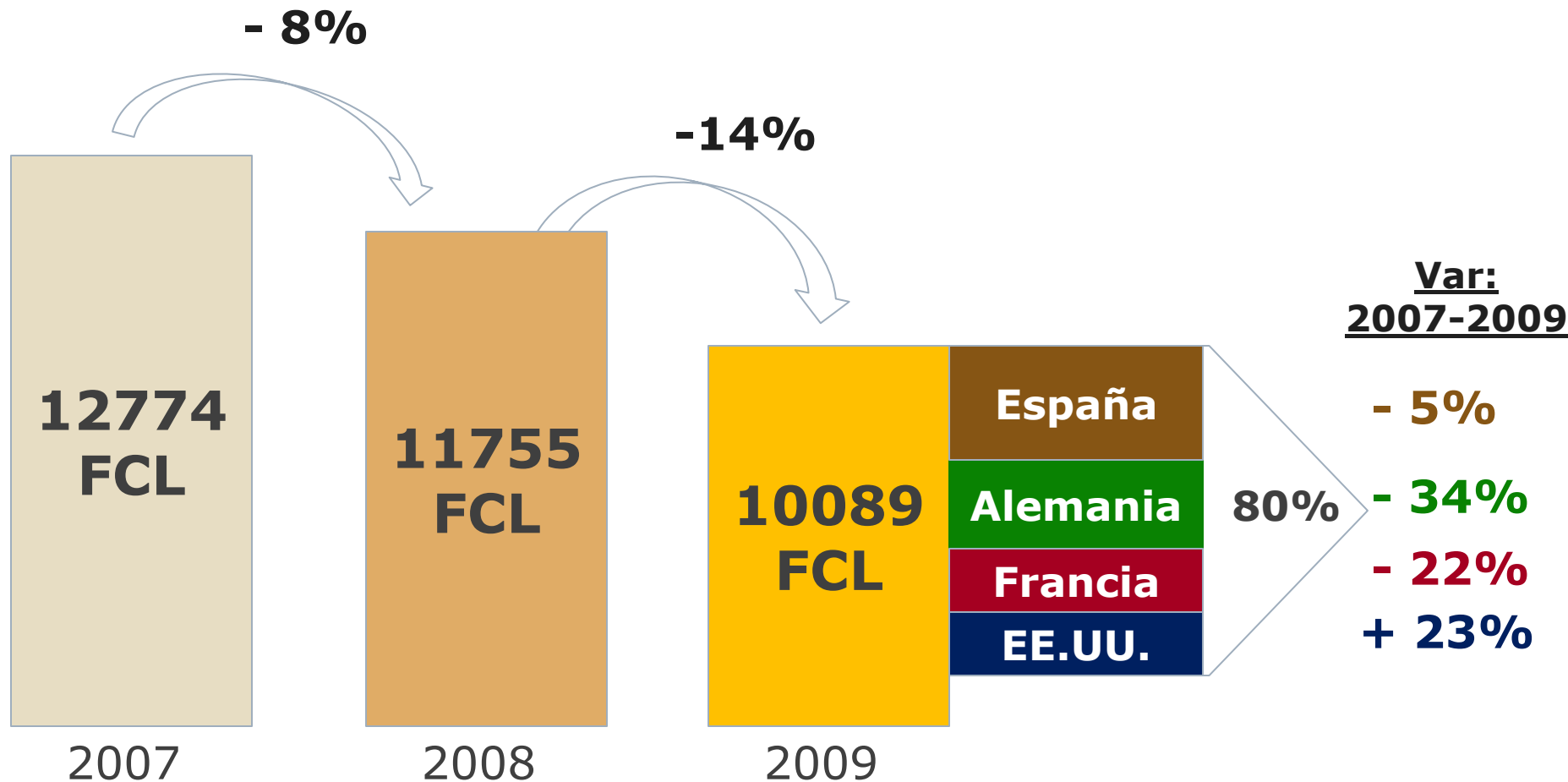
■ China ■ Perú ■ España ■ Alemania ■ Otros

Fuente: International Trade Center

FCL: Full Container Load, Estimaciones a base de 13,600 kg neto por contenedor



RESÚMEN IMPORTACIONES





4. ESTRUCTURA DE PRECIOS

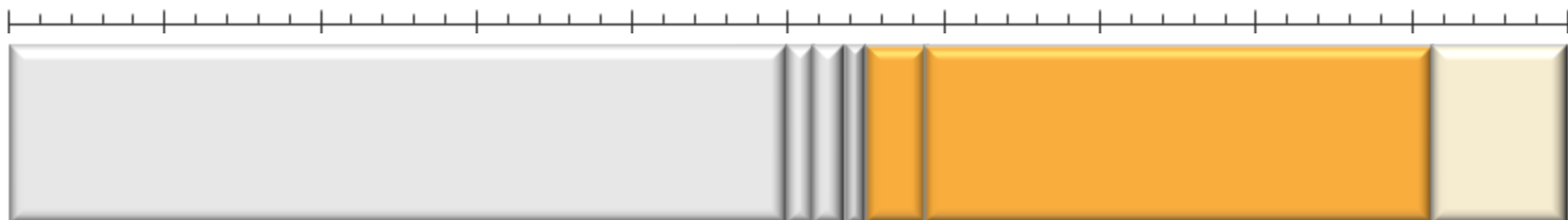
PRECIOS



ESTRUCTURA DEL PRECIO FINAL

0% 10% 20% 30% 40% 50% 60% 70% 80% 90% 100%

COSTOS



P
R
E
C
I
O
S

FOB

CFR

DDP

PRECIO DISTRIBUIDOR

PRECIO RETAIL



5. SEGMENTACIÓN

SEGMENTACIÓN

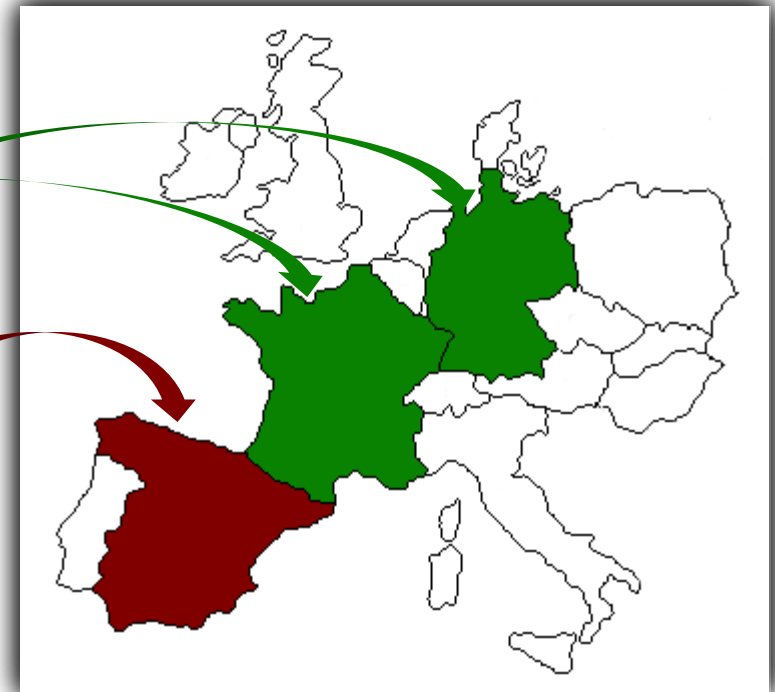
CALIBRES

DELGADOS

- Alemania
- Francia

GRUESOS

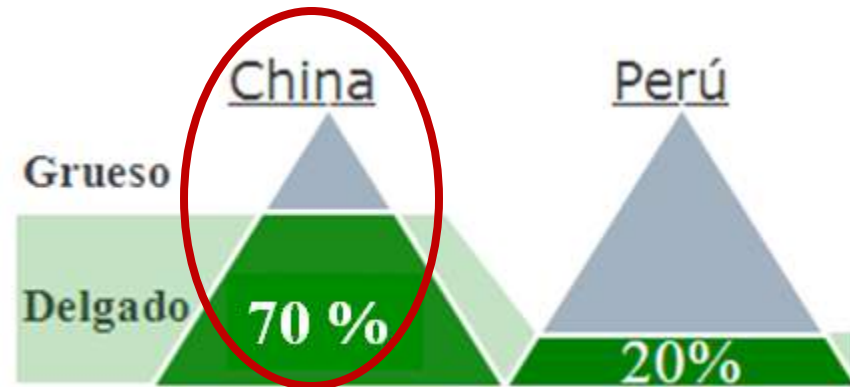
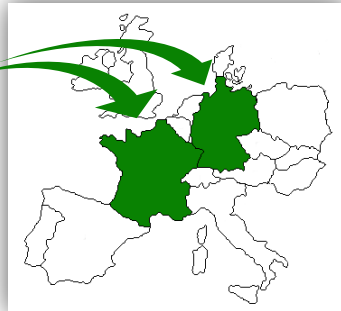
- España



SEGMENTACIÓN

Abastecedores

Delgados



➤ Principal abastecedor: China

Comportamiento del mercado

Variación 2005-2009

Alemania: - 34%

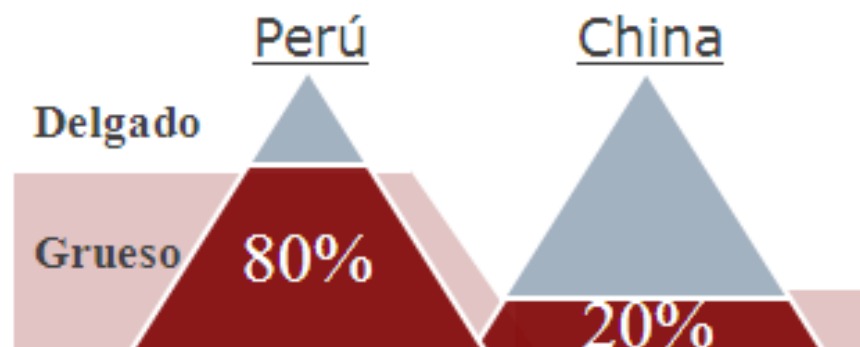
Francia: - 32%

SEGMENTACIÓN

Gruesos



Abastecedores



Comportamiento del mercado

Variación 2005-2009

España: - 8%

SEGMENTACIÓN

MERCADO ESPAÑOL

DISTRIBUIDORES



- Más de 50 pequeños y medianos distribuidores en todo España.
- Sólo 4 distribuidores grandes.

MARCAS



Las dos principales marcas del mercado tienen el 17% de participación.....



MARCAS ESPAÑA

....y 80 marcas mas se reparten el 83% restante!

Agric^onsa

Gigante Verde

ALSUR



Celorrio



PICUEZO



Cabezón



ANOTACIONES ESPAÑA

CADENA DE DISTRIBUCIÓN

- Excesivo número de intermediarios
- Alto nivel de especulación.

COMERCIALIZACIÓN

- Producto a granel (sin etiqueta). Permite la especulación.
- Pérdida de denominación de origen y otros factores diferenciadores
- Categoría manejada como commodity.

PRODUCTO

- Gran dispersión de precios en la categoría.
- Excesivo número de referencias (calibres, conteos, calidades).

PROMOCIÓN E I&D

- Poca promoción para apalancar el consumo.
- Falta de innovación en el producto.
- Falta de investigación en los mercados.



¿QUÉ PODEMOS HACER PARA FORTALECER NUESTRO PRODUCTO?

- Impulsar la venta del producto etiquetado.
- Promocionar el producto e incentivar el consumo.
- Resaltar el origen PERU.

¡GRACIAS!

