



PERÚ

Ministerio  
de Comercio Exterior  
y Turismo

Despacho  
Ministerial

Dirección de Gestión y  
Monitoreo de las Oficinas  
Comerciales del Perú  
en el Exterior

## OFICINA COMERCIAL DEL PERÚ EN ESPAÑA

### FICHA MERCADO PRODUCTO (Sandía)

#### 1. Nomenclatura arancelaria

<sup>1</sup>0807.19.00.90

#### 2. Denominación o nombre comercial en el país de destino

<sup>2</sup>Sandía (*Citrullus Lanatus*):

-Pileña

-Valenciana

-Sugar Baby

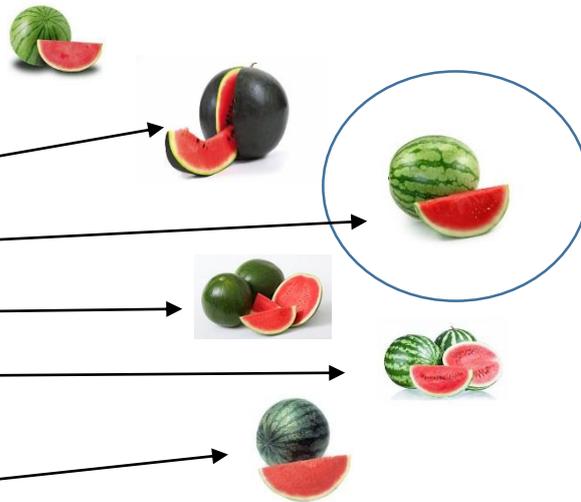
-Klondike

-Pepsin F1 triploide

-Crimson Sweet

-Resistent

-Reina de Corazones



Según datos de Mercasa, la sandía Klondike es la más comerciada

#### 3. Requisitos de acceso al mercado (aranceles, requisitos sanitarios y fitosanitarios, certificaciones, otros)

<sup>3</sup>No existen requisitos específicos para los productos bajo la nomenclatura 0807 (Melones, Sandías y Papayas, frescos)

<sup>4</sup>Requisitos Arancelarios: Inexistente al 0%

<sup>1</sup> FUENTE: TARIC

<http://www.taric.es/productos-y-servicios/utilidades/nettaric/nettaric-demo/>

<sup>2</sup> [http://www.magrama.gob.es/ministerio/pags/biblioteca/hojas/hd\\_1981\\_23-24.pdf](http://www.magrama.gob.es/ministerio/pags/biblioteca/hojas/hd_1981_23-24.pdf)

<sup>3</sup> FUENTE: exporthelp.europa.eu

<http://exporthelp.europa.eu/thdapp/form/output?action=tariff&prodLine=&languageId=ES&taricCode=0807000000&partnerId=es&reporterId=es&simulationDate=22%2f06%2f2016&simDate=20160622&no menCmd=&resultPage=importtarrifs&mode=>

<sup>4</sup> FUENTE: europa.eu

[http://ec.europa.eu/taxation\\_customs/dds2/taric/measures.jsp?Lang=es&SimDate=20160622&Taric=0807&LangDescr=es](http://ec.europa.eu/taxation_customs/dds2/taric/measures.jsp?Lang=es&SimDate=20160622&Taric=0807&LangDescr=es)



PERÚ

Ministerio  
de Comercio Exterior  
y Turismo

Despacho  
Ministerial

Dirección de Gestión y  
Monitoreo de las Oficinas  
Comerciales del Perú  
en el Exterior

<sup>5</sup>Requisitos de Origen: *“Todas las frutas, frutos y cortezas de agrios o melones o sandías del capítulo 8 (Frutas y frutos comestibles; cortezas de agrios (cítricos), de melones o de sandías)*

*utilizados sean enteramente obtenidos, y el peso del azúcar utilizado no exceda del 40 % del peso del producto acabado”*

Requisitos derivados del ALC Perú-Colombia desde el 2013: *“Todos los materiales del Capítulo 8 utilizados deben ser totalmente obtenidos”*

Requisitos Fitosanitarios:

- Ir acompañados de un **certificado fitosanitario** expedido por las autoridades competentes del país exportador. En el caso peruano, la entidad responsable de emitirlos es el SENASA → <http://www.senasa.gob.pe/senasa/>
- Pasar las **inspecciones aduaneras** en el punto de entrada de la UE
- Ser importadas en la UE por un importador **inscrito en el registro oficial** de un país de la UE. En España la autoridad que se encarga del trámite es el Ministerio de Agricultura a través de su Registro Oficial → <http://www.magrama.gob.es/app/infopif/RegImp1.aspx>
- Ser **notificadas** a las aduanas **antes de su llegada** al punto de entrada.

#### 4. Tendencias del mercado

<sup>6</sup> Las proyecciones dentro del mercado de Sandía para el mercado español son halagüeños. Se prevé un mayor cultivo de sandía frente a otros productos hortofrutícolas como el melón, en términos de volumen.

La sandía en el 2015 aumentó las toneladas producidas en un 10.5%, totalizando unos 1,034 MT. Además, el consumo de sandía se incrementó en un 1,8%, alcanzando la cifra de 385.500 toneladas, lo que se traduce en términos monetarios a una suma de 283 millones, un aumento del 6% con respecto al año anterior, haciéndola uno de los productos hortofrutícolas de mejor evolución.

España se considera uno de los proveedores de sandía más importantes de la Unión Europea, teniendo a Alemania (42.8%), Francia (16.7%), Países Bajos (7.7%), El Reino Unido (7.1%) y Portugal (4.6%) como principales destinos de exportación. El caso de Alemania merece ser destacado, ya que incrementó en 3% su cuota de importación de sandía en términos de volumen. Solo en el 2015 el aumento en las exportaciones de sandía registró cifras inauditas: 650 000 t y se acercó a los 300 millones.

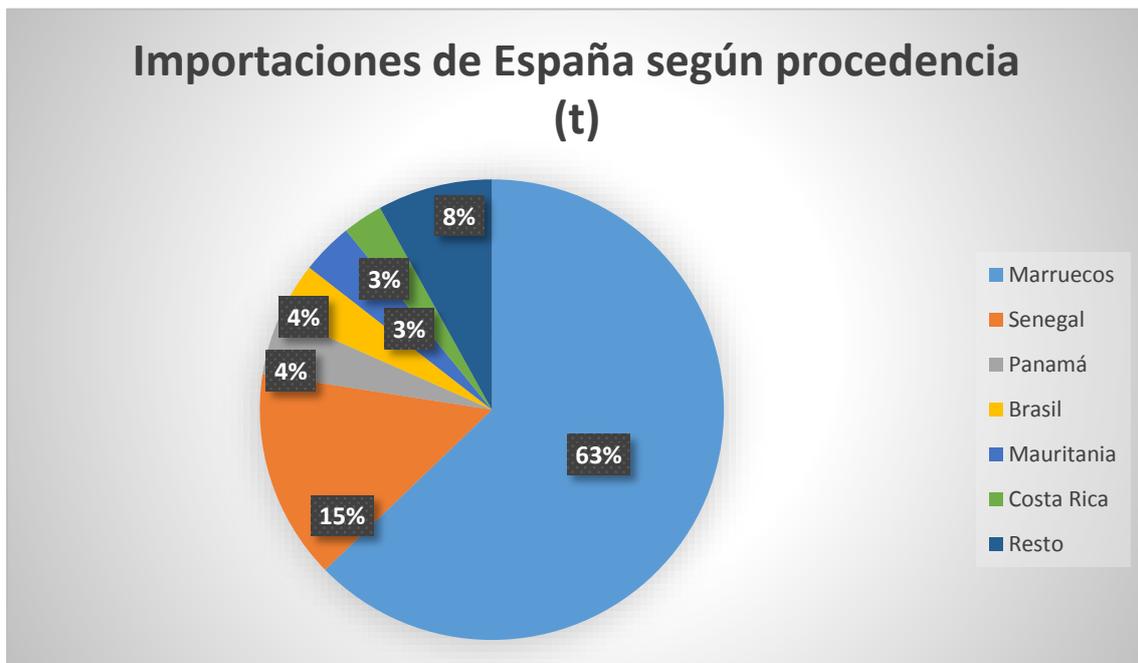
La compra hortofrutícola de sandía y melón al exterior sumó un total de 75,58 millones de euros y algo más de 119.400 toneladas, dígitos que describen un aumento del 9,9% y del 15,1%

---

<sup>5</sup>[http://exporthelp.europa.eu/thdapp/form/output?prodLine=&languageId=ES&taricCode=0807000000&partnerId=pe&reporterId=es&simulationDate=22%2f06%2f2016&simDate=20160622&nomenCmd=&resultPage=GSP\\_PLUS&mode=&cmd=chap&regime=gsp2011&chapterNumber=0807](http://exporthelp.europa.eu/thdapp/form/output?prodLine=&languageId=ES&taricCode=0807000000&partnerId=pe&reporterId=es&simulationDate=22%2f06%2f2016&simDate=20160622&nomenCmd=&resultPage=GSP_PLUS&mode=&cmd=chap&regime=gsp2011&chapterNumber=0807)

<sup>6</sup> FUENTE: Alimarket Gran Consumo con datos de Icesx mayo 2016. N.305

En lo que se refiere más concretamente a la importación de sandía, el producto superó los índices del 70% con respecto al año pasado, teniendo a Marruecos como líder, que llegó a duplicar el porcentaje representado del total. Los puestos de importación, aunque países como Senegal y Costa Rica sufrieron leves descensos, se mantuvieron igual: Marruecos (62,7%), Senegal (14,7%), Panamá (4,2%), Brasil (3,9%), Mauritania (3,6%) y Costa Rica (2,8%).



## 5. Estacionalidad de la producción local en España

<sup>7</sup>La estacionalidad de la sandía se asemeja a la de los melones. El producto español se consume durante los meses de junio, julio, agosto y septiembre, registrando julio como mayor mes de ventas (27%). Los territorios de mayor producción hortofrutícola de sandía se concentran en Andalucía (41%) y la Comunidad Valenciana (31%).

España consume sandía importada entre los meses de octubre y mayo, pero el consumo en términos de venta es relativamente bajo con respecto a la época de producción española.

<sup>7</sup> FUENTE: Magrama.gob.es →

<http://www.magrama.gob.es/app/materialvegetal/docs/mercasa%20sand%C3%ADa.pdf>



PERÚ

Ministerio  
de Comercio Exterior  
y Turismo

Despacho  
Ministerial

Dirección de Gestión y  
Monitoreo de las Oficinas  
Comerciales del Perú  
en el Exterior



ZONA PRODUCTORA	SUPERFICIE DE CULTIVO (HA)	VOLUMEN (t)
Andalucía	10.965	640.624
Almería	8.378	525.671
Sevilla	1.000	60.000
Granada	400	20.007
Córdoba	570	17.100
Huelva	250	8.750
Málaga	140	5.376
Cádiz	160	1.920
Jaén	67	1.800
Murcia	2.567	161.259
Castilla-La Mancha	2.825	102.993
Ciudad Real	1.940	77.600
Toledo	792	22.018
Albacete	70	2.800
Cuenca	23	575
Com. Valenciana	1.733	73.950
Valencia	958	52.600
Alicante	250	11.250
Castellón	525	10.100
Extremadura	500	22.000
Badajoz	350	16.000
Cáceres	150	6.000
Baleares	555	11.950
Canarias	261	9.862
Las Palmas	206	7.973
Tenerife	55	1.889
Cataluña	283	8.310
Tarragona	221	6.630
Barcelona	30	900
Lleida	20	480
Girona	12	300
Resto España	120	3.471
<b>Total</b>	<b>19.809</b>	<b>1.034.419</b>

\*En verde Comunidades Autónomas



PERÚ

Ministerio  
de Comercio Exterior  
y Turismo

Despacho  
Ministerial

Dirección de Gestión y  
Monitoreo de las Oficinas  
Comerciales del Perú  
en el Exterior

## 6. Principales puntos de ingreso del producto al mercado (puertos / aeropuertos)

<sup>8</sup>Los últimos datos relacionados al tráfico de productos hortofrutícolas sitúan a España como uno de los líderes indiscutibles en la comercialización de estos frutos y otros productos hortofrutícolas frescos dentro de la Unión Europea (32%) y en el exterior, siendo responsable del 10% del mercado a nivel mundial aproximadamente.

En cuanto al tráfico de estos productos se refiere, donde se incluyen frutas y hortalizas, solo en el 2015, los puertos españoles gozaron de un incremento del 19% con respecto al año anterior. En total el intercambio hortofrutícola donde se encuentra la sandía, llegó a alcanzar las 8, 564,195 toneladas en el año 2014, teniendo a los puertos de Algeciras (3, 324,399), Valencia (1, 669, 590) y Las Palmas (950.432) como los puntos de entrada y salida más importantes de España.

Las condiciones geográficas y geopolíticas han facilitado la política comercial que España ejerce a través de sus 46 puertos. Sus rutas marítimas los posicionan en enclaves estratégicos para comerciar con los mercados del Norte de África, de países mediterráneos y los americanos. Se estima que la red portuaria mencionada contribuye al 60% de las exportaciones y al 80% de las importaciones de España.

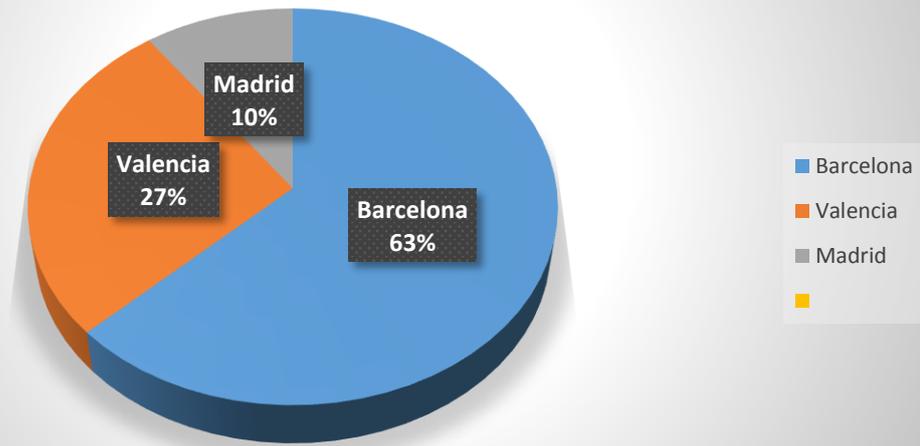
Con respecto a los ingresos de mercadería fresca proveniente del Perú a puertos secos españoles, el puerto de Barcelona es el más importante. Se estima que recibe de ultramar, \$ 165.554,78 y 374,31 KG de melones. Le siguen Valencia (\$ 71.823,37) y Madrid (\$25.916,37).

Además, los datos arrojados del comercio, plasman a importadores como Don Melón con unos 5% del mercado de Sandía provenientes de Panamá y Brasil y a Los Hermano López con 42% de la importación del exterior.

---

<sup>8</sup> FUENTE: <http://www.puertos.es/es-es/Paginas/Noticias/FruitAttraction2015.aspx>

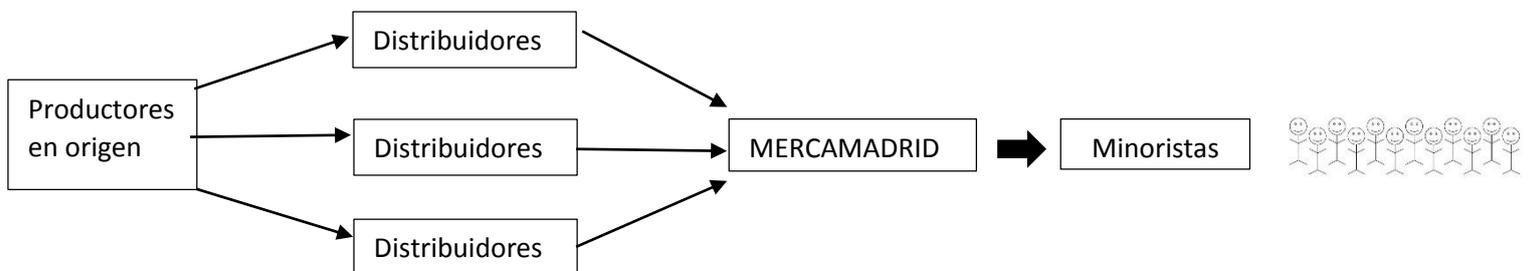
## Exportaciones Peruanas de Sandía a Puertos Secos Españoles 2015 \$ FOB



### 7. Descripción de la cadena de distribución y comercialización del producto en el mercado (identificar los principales actores).

<sup>9</sup>La cadena de distribución y comercialización es diferente durante el año. La ventana de cultivo de sandías en territorio español se cierra sobre los meses de Junio y agosto. Durante esta época, la gran mayoría de productores funcionan como distribuidores y a la vez como mayoristas. Algunos productores tan solo producen y distribuyen a mayoristas que tienen puestos en el Mercado Mayorista de Madrid.

En cuanto a las grandes superficies se refiere (Carrefour, Día, Lidl, Mercadona), estas suelen llevar a cabo contratos exclusivos con diferentes productores y recibir solo de ellos durante la época estival.



<sup>10</sup>PRINCIPALES OPERADORES DE SANDÍA EN 2015 (T)

<sup>9</sup> ELABORACIÓN PROPIA

<sup>10</sup> FUENTE: Alimarket Gran Consumo con datos de Icxex mayo 2016. N.305

**PERÚ**Ministerio  
de Comercio Exterior  
y TurismoDespacho  
MinisterialDirección de Gestión y  
Monitoreo de las Oficinas  
Comerciales del Perú  
en el Exterior

	<b>Empresa</b>	<b>Ubicación</b>	<b>Total</b>	<b>Mercado Nacional</b>	<b>Exportación</b>
1	ANECOOP, S.COOP	Valencia	104.000	15.600	88.400
2	RAMAFRUT, S.L.	Benaguasil (V)	70.000	56.000	14.000
3	POZO SUR, S.L.	Águilas (MU)	58.175	23.270	34.905
4	ALHÓNDIGA LA UNIÓN-GRUPO	El Ejido (MU)	47.000	14.100	32.900
5	AGRUPAPULPÍ, S.A.	Pulpí (MU)	40.501	8.911	31.590
6	GRUPO AGROPONIENTE	El Ejido (MU)	40.036	12.011	28.025
7	AGRÍCOLA NAVARRO DE HARO, S.L.	Cuevas de Alm. (MU)	40.000	20.000	20.000
8	COOP. ALIMENTOS DEL MEDITERRÁNEO	Lorca (MU)	38.000	8.360	29.640
9	S.A.T. INDASOL	El Ejido (AL)	26.555	7.965	18.590
10	COOP. MUGRIVERDE	El Ejido (AL)	25.500	5.000	20.500
11	AMIFRUIT, S.A.L	Picaña (V)	25.000	7.500	17.500
12	S.A.T. 1936 AGROTER	Lorca (MU)	24.000	4.800	19.200
13	GRUPO AGRORIS	El Ejido (AL)	22.000	4.400	17.600
14	FRUTAS CANDIL, S.L.	Madrid	21.000	10.500	10.500
15	COOP. ÚNICA GROUP	Almería	20.000	8.000	12.000
16	NATURAL SALADS, S.L.	Lorca (MU)	20.000	1.000	19.000
17	CAPARRÓS NATURE, S.L.	El Alquían (AL)	18.000	13.500	4.500
18	GRUPO MELONES RAMÓN	La Solana (CR)	18.000	12.600	5.400
19	MERCACOLONIA, S.L	Fuente Palmera (CO)	16.000	16.000	-
20	JIMBOFRESH INTERNATIONAL, S.L.L	La Unión (MU)	15.000	750	14.250
21	S.A.T. TOMASOL	Cuevas de Alm. (AL)	15.000	6.000	9.000
22	SURINVER HORTOFRUTÍCOLA, S. COOP	Pilar de la Horadada (A)	15.000	4.800	10.200
23	SAN ISIDRO DE BENICARLÓ, COOP. V	Benicarló (CS)	11.500	5.750	5.750
24	EJIDOMAR, S.C.A.	El Ejido (AL)	11.268	3.380	7.883
25	CONSORCIO DE EXPORTACIÓN AMACO, S.L	Murcia	11.120	2.780	8.340
26	COOP. COPROHÍJAR	Níjar (AL)	10.998	4.398	6.600
27	S.A.T. COSTA NÍJAR	Níjar (AL)	9.000	6.750	2.250
28	FRUCA MARKETING, S.L	Fuente Álamo de M. (MU)	9.000	500	8.500
29	COOP. VICASOL	Vícar (AL)	8.713	2.613	6.100
30	COOP. SACOJE	Lorca (MU)	8.590	1.718	6.872
31	AGRUPAADRA, S.A	Adra (AL)	8.000	4.000	4.000
32	AGRUPAEJIDO, S.A	La Mojonera (AL)	7.500	4.875	2.625

**PERÚ**Ministerio  
de Comercio Exterior  
y TurismoDespacho  
MinisterialDirección de Gestión y  
Monitoreo de las Oficinas  
Comerciales del Perú  
en el Exterior

33	COOP. AGRARIA Y GANADERA SAN ISIDRO	La Cañada de San Urbano (AL)	7.261	5.434	1.827
34	FRUITES Y VERDURAS AGROILLA, S.L.	Palma (IB)	7.200	7.200	-
35	COOPERATIVA HOYMAR	Lorca (MU)	7.000	700	6.300
36	GRUPO FEMAGO	El Ejido (AL)	7.000	4.200	2.800
37	HORTOFRUTÍCOLA COSTA DE ALMERÍA, S.L	El Ejido (AL)	6.436	2.703	3.733
38	AGRÍCOLA GIL, S.L.	Almunia de Dña Godina (Z)	6.000	4.500	1.500
39	CARIDUL Y SALUD, S.L.	Aldea Quintana (CO)	6.000	4.800	1.200
40	AGROEJIDO, S.A.	El Ejido (AL)	6.000	3.900	2.100
41	COOP. NTRA. SRA. DE PEÑARROYA	Argamasilla de Alba (CR)	5.500	4.125	1.375
42	FRUTAS LLISO, S.L.	Alboraya (V)	5.000	3.025	2.475
43	COOPERATIVA NUESTRA SRA. DEL ORETO	La Alcudia(V)	5.000	-	5.000
44	FRANCISCO OLIVA, S.L.	Elche (AL)	5.000	250	4.750
45	FRUTINTER, S.L.	Vila-Real (CS)	5.000	4.750	250
46	GRUPO CMR	El Prat de Llobregat (B)	5.000	3.150	1.850
47	BOLLO INTERNATIONAL FRUITS, S.L	Benifairó de la V. (V)	5.000	3.500	1.500
48	S.A.T. HORTOFRUTÍCOLA MABE	El Ejido (AL)	4.500	450	4.050
49	COOP. SAN ISIDRO LABRADOR	El Ejido (AL)	4.300	1.290	3.010
50	VICENTE PERIS, S.A.	Foios (V)	4.300	3.440	860

#### 8. Criterios de los actores claves de los canales de distribución y comercialización para la selección de proveedores (en orden de importancia)

➔ VEASE PUNTO ANTERIOR

#### 9. Presencia de la oferta peruana en el mercado (temporadas, puntos de venta)

<sup>11</sup>La presencia de la oferta peruana en el mercado español es insignificante, si no muy reducida. La penetración de nuestros productos en el mercado español se limita a un fondo de maniobra del 0,2% del total del mercado bajo “otros”.

La buena distribución geográfica del Perú, nos permite cosechar melones y otros productos en toda la temporada del año y poder aprovecharnos de la incapacidad de España de cultivar melones durante el invierno.

No existen puntos de ventas específicos dentro del territorio español de productos originarios. La venta se desperdiga a través de cadenas de mercados, como Mercadona, Más o Carrefour.

<sup>11</sup> FUENTE: Alimarket Gran Conusmo con datos de Icxex mayo 2016. N.305

## 10. Actividades de promoción idóneas para promover el producto.

Mayor presencia de los productores y de la oferta peruana en tiendas y demás eventos de carácter comercial. Promover la venta a través de canales de distribución de tradicional y no tradicionales como en mercados mayoristas y minoristas, On Line, retail y promoción de productos peruanos en fruterías selectas.

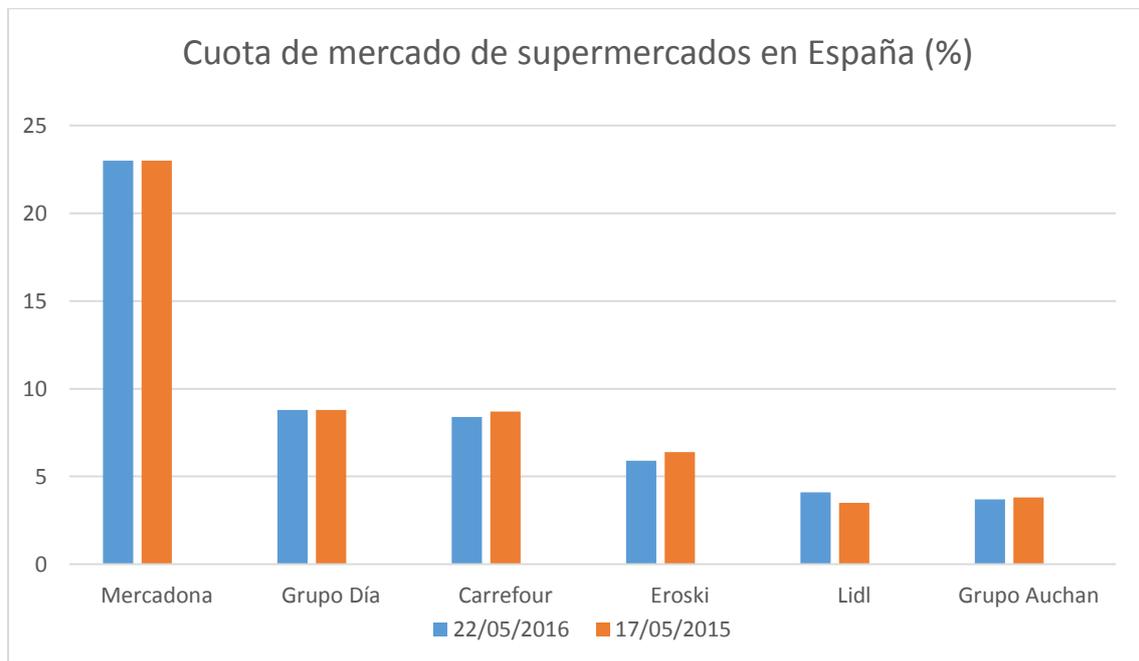
## 11. Principales fuentes de información

### Perú

- SENASA
- Ministerio de Agricultura y Riego
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

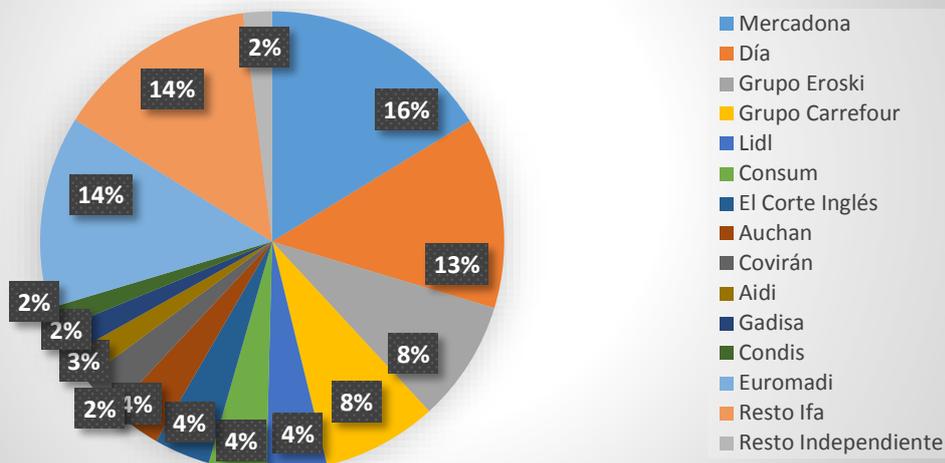
### España:

- EUROPA DESK
- Ministerio de Agricultura
- Comisión Europa de Agricultura y Desarrollo Rural



12

### Principales cuotas (%) sobre superficie minorista



#### <sup>13</sup>Anexo de Precios de referencia en los diferentes canales según origen del producto

Punto de venta	Unidad (Caja, Kg, otro)	Precio (€ por unidad)	Origen del producto	Fecha de toma de información	Características o forma de presentación	Foto
Mercado Mayorista de Madrid	Caja 20 kg	.90/kg	Almería (España)	26/06/16	Sandía Fashion	

#### INVESTIGACIÓN DE MERCADO DE CAMPO: GRANDES SUPERFICIES Y SUPERMERCADO 26/06/2016

<sup>14</sup> SUPERMERCADO	PRODUCTO	ORIGEN	MARCA	PRECIO €/KG	VARIEDAD	FOTO
MERCADONA	Sandía	Murcia	Anecoop	.89	Rayada	

<sup>13</sup> FUENTE: Alimarket Gran Conusmo con datos de Icx may 2016. N.305

<sup>14</sup> ELABORACIÓN PROPIA



PERÚ

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

Despacho Ministerial

Dirección de Gestión y Monitoreo de las Oficinas Comerciales del Perú en el Exterior

CARREFOUR MARKET	Sandía	España	Fashion	.75	Seedless	
SUPERMERCADOS DÍA	Sandía	España	Día	.75	Rayada	
SUPERMERCADOS LIDL	Sandía	España	Lidl	.75	Rayada	