



PLAN DE
PROMOCIÓN EXTERIOR
REGIÓN DE MURCIA



TRADEX
INTERNATIONAL
London - Est. 2012

EL SECRETO DEL MERCADO BRITÁNICO: LAS CLAVES DEL ÉXITO



COM. EXTERIOR MURCIA (ENE/MAR 20)

- ✓ 2.606 empresas exportadoras
- ✓ **Exportaciones** dirigidas a la **UE** (54,8% del total): Francia 13,4%, Alemania 11,2% y **RU** 9,4%
- ✓ **Importaciones** procedentes de la **UE** (19,3% del total): **RU** primer proveedor (aceite crudo de petróleo)
- ✓ Principales **productos exportados**: alimentación, bebidas y tabaco → **Fruta y verdura** 69%

SECTOR <small>Ordenado por exportaciones</small>	EXPORTACIONES		
	millones €	% total	var. 20/19
ALIMENTACIÓN, BEBIDAS Y TABACOS	1.351,8	53,3	7,4
PRODUCTOS ENERGETICOS	481,1	19,0	-19,1
PRODUCTOS QUIMICOS	308,8	12,2	-7,2
BIENES DE EQUIPO	174,5	6,9	-5,2
MANUFACTURAS DE CONSUMO	72,2	2,8	-18,8
OTRAS MERCANCIAS	44,9	1,8	1.189,7
SEMIMANUFACTURAS NO QUÍMICAS	41,1	1,6	26,1
MATERIAS PRIMAS	32,1	1,3	-5,6
BIENES DE CONSUMO DURADERO	22,9	0,9	-3,9
SECTOR AUTOMOVIL	5,6	0,2	-28,9
Total	2.534,9	100,0	-1,0

Sector Económico	EXPORTACIONES		
	Millones €	% total	tva (%)
Alimentación, bebidas y tabaco	1.351,8	53,3	7,4
Productos cármicos	121,9	4,8	29,7
Productos pesqueros	33,0	1,3	-37,8
Frutas, hortalizas y legumbres	938,0	37,0	9,0
Aceites y grasas	26,6	1,0	10,8
Azúcar, café y cacao	59,3	2,3	16,9
Lácteos y huevos	6,0	0,2	5,2
Otros alimentos	107,7	4,3	6,7
Bebidas	59,1	2,3	-14,8
Tabaco	0,1	0,0	-36,8

CONSUMO Y NUEVOS HÁBITOS COMPRA

+DEMANDA fase *stockpiling*: enlatados, arroces y pastas, huevos, harina

+DEMANDA fase “nueva normalidad”: chocolate, *snacks*, bebidas alcohólicas

+DEMANDA TOTAL: 4£ mil millones consumo fuera del hogar canalizado ahora a tiendas

+PRECIO productos alta demanda entre 2,5% - 3% (extra packing & transport costs)

+PRECIO cesta compra alrededor 0,25% (+63£ familia)

9/10 alimentos son **IMPORTADOS**
NO percepción **NEGATIVA** producto español

+COMPRA ONLINE/OFF-LICENSE

+CONTACTLESS/PAGO TARJETA

-VISITAS supermercado **+GASTO** medio

ONE IN, ONE OUT + distanciamiento social 2m



FASE ACTUAL

- ✓ Reuniones de hasta 6 personas manteniendo 2 metros de distancia
- ✓ No límite de tiempo para estar fuera de casa
- ✓ Continúa el teletrabajo y se recomienda evitar el transporte público
- ✓ Reapertura de espacios públicos:
 - Guarderías y escuelas de educación primaria desde el 1 de junio
 - Centros comerciales y tiendas a partir del 15 de junio
 - Pubs, restaurantes, peluquerías, hoteles, cines y lugares de culto desde el 4 de julio
- ✓ Espacio aéreo abierto aunque se desaconseja volar a no ser que sea estrictamente necesario
- ✓ Cuarentena de dos semanas obligatoria para viajeros
- ✓ NHS track and trace app

SECTOR DISTRIBUCIÓN

SUPERMERCADOS Y TIENDAS FÍSICAS

Hasta un 7-9% incremento precios de venta

No espacio almacenamiento → colapso estrategia *just in time*

Reducción referencias un mismo producto (básicos)

+Ventas supermercados hasta 20% (50% total canal minorista)

+Ventas *off-license*/tiendas de barrio

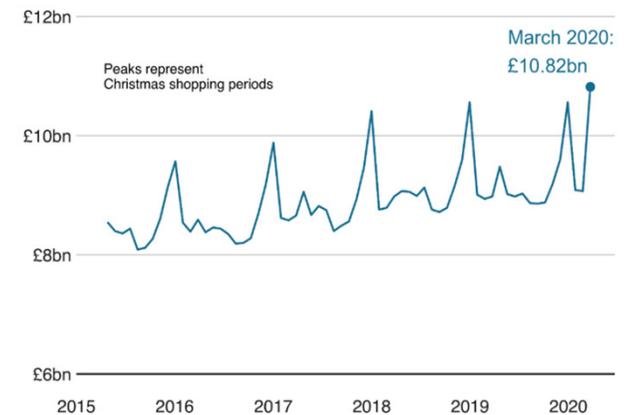
+Crecimiento y nuevas empresas logística y *delivery*

ONLINE

Colapso inicial → suspensión temporal nuevos usuarios

Ventas *online* >30% → >15% familias compran *online*

Apertura tienda online ALDI



FOODSERVICE/CANAL HORECA

Cambio estrategia → distribución cliente final

Envíos gratuitos a domicilio

Esquema de descuentos/Tarjetas fidelidad

SECTOR FRUTA Y VERDURA

- ✓ Colapso red de transporte terrestre en EUROPA
- ✓ Problemas en la producción desde España
- ✓ Cancelación total vuelos internacionales → **OPORTUNIDAD empresas españolas**
- ✓ Gran dependencia de las importaciones españolas
- ✓ Muy buen posicionamiento producto español
- ✓ Escasez de trabajadores inmigrantes amenaza con interrumpir producción
- ✓ Oportunidades para:

Limones y Naranjas

Melones y Sandías

Cerezas y Melocotones

Tropical

Brocoli y Coliflor

Vegetales



SECTOR FRUTA Y VERDURA

- ✓ Valor exportaciones de España de frutas y hortalizas al RU en constante aumento en los últimos años
- ✓ Mercado británico frutas y hortalizas frescas muy maduro y saturado → mantener tasas de crecimiento = confianza consumidor en productos españoles

Exportaciones murcianas de fruta y verdura en cifras

- ✓ **2° exportador** de **hortalizas** a RU tras Andalucía (35,74%)
- ✓ **3° exportador** de **frutas** a RU tras Andalucía y Valencia (22,37%)
- ✓ **+66%** de las exportaciones de fruta y verdura destinadas a RU
- ✓ RU es **primer** destino de **hortalizas** (22,89%)
- ✓ RU es **tercer** destino de **frutas** (17,55%) después de Alemania y Francia
- ✓ **Principales productos:** coliflor y brócoli, lechugas, espinacas, tomates, apio, pimientos dulces, habas, coles de Bruselas, col blanca y lombarda, otras coles, batatas, uvas de mesa, limones, melones, sandías, nectarinas, melocotones, naranjas dulces, ciruelas y albaricoques

PERSPECTIVAS DE FUTURO

- ✓ Exceso de stock: descuentos y promociones
- ✓ Previsión apertura locales Julio
- ✓ Crecimiento del sector logístico y desarrollo *delivery*
- ✓ Consolidación y crecimiento comercio *online*
- ✓ Crecimiento consumo productos ecológicos
- ✓ Efecto *cocooning*: lujos en casa
- ✓ Compras menos impulsivas, más necesarias

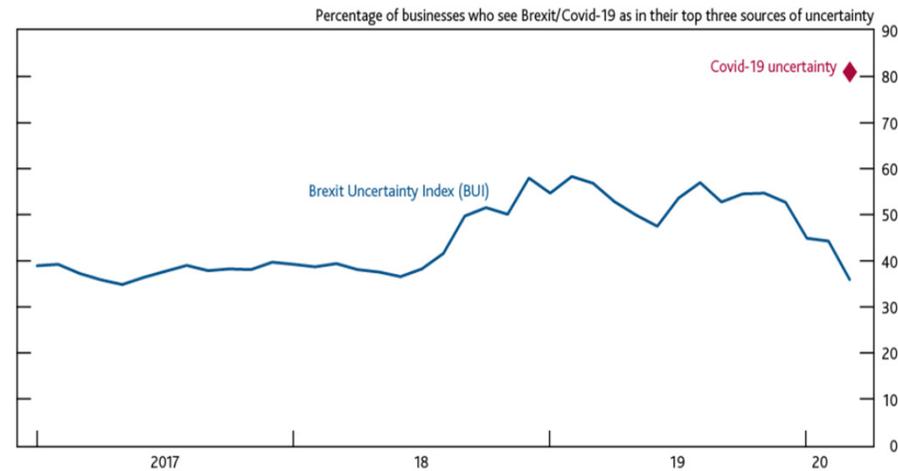


INDICADORES ECONÓMICOS

- ✓ Contracción PIB del 13%
- ✓ Nivel deuda publica entorno 14%
- ✓ Aumento del nivel de desempleo

BREXIT VS COVID-19

✓ COVID-19 principal fuente incertidumbre → Brexit *stand by*



✓ **No avance** negociaciones *online*

✓ **No acuerdo** principales puntos de conflicto: pesca, comercio y Protocolo de Irlanda del Norte

✓ **No extensión** periodo de transición antes julio 2020

MERCADO AGRO POST COVID/BREXIT

- ✓ Menor rango de producto
- ✓ Consumidor busca **precios bajos**: reducción poder adquisitivo → - demanda alimentos *premium*

Carne Caída consumo (buey y cordero) > pollo, cerdo y huevos

Pescados y mariscos

Frutas y verduras: *cherries, berries* y frutas de hueso

Eco-friendly

- ✓ Alimentación vegetariana/vegana → reducción precio para mantener cuota mercado



MERCADO AGRO POST COVID/BREXIT

- ✓ Nueva **tarifa global** a aplicar desde enero 2021 para evitar importaciones baratas y de baja calidad

Nuevos aranceles: cordero, buey y aves, automóviles, cerámica

Eliminación aranceles: ingredientes, levaduras, cacao, tomillo

- ✓ Dos **tipos** de tarifas

Estacional: fruta y verdura

Anual: carne

- ✓ Protección industrias nacionales sensibles: **agricultura, automoción y pesca**



MERCADO AGRO POST COVID/BREXIT

✓ <70% **importaciones británicas** alimentación/bebidas origen UE

✓ 8% **exportaciones españolas** alimentación y bebida destino RU → 4.076 million euros in 2018

✓ Productos + riesgo:

Queso

Vino

Aceite de oliva

Fruta y verdura: frutos rojos, kiwi, cítricos

✓ <60% **exportaciones británicas** alimentación/bebidas destino UE

✓ <46% (después referendum) nuevas exportaciones micropymes británicas dirigidas a mercados no europeos:

Brasil

Rusia

India

China

Sudáfrica

Commonwealth

CONCLUSIONES

- ✓ **Dependencia mano de obra** de baja cualificación y jóvenes europeos
- ✓ **Tarifas arancelarias:** nueva tarifa global + Cláusula de la Nación Más Favorecida (ONU)
Acuerdo UE-UK: cero cuotas cero aranceles en sector agro
- ✓ **Controles aduaneros:** requisitos adicionales sanitarios y fitosanitarios productos origen animal y vegetal
- ✓ **Cadena de suministro:** +burocracia, + tiempo transporte
- ✓ **Regulación de producto:** etiquetado

Origen del producto/ingredientes	Datos importador	DOP/IGP
----------------------------------	------------------	---------
- ✓ **Doble regulación:** UK y UE
- ✓ **Pesca:** principal punto de conflicto
Posible restricción pesqueros británicos en aguas comunitarias y viceversa
- exportación pescado británico a la UE + nuevos aranceles



PLAN DE
PROMOCIÓN EXTERIOR
REGIÓN DE MURCIA



EL SECRETO DEL MERCADO BRITÁNICO: LAS CLAVES DEL ÉXITO



TRADEXFIRM INTERNATIONAL

The Bloomsbury Building | 10 Bloomsbury Way | London

www.tradexfirm.com



Juan Galicia Montero

+44 74544 88843

igalicia@tradexfirm.com