IESE IN THE NEWS

Selected clippings

IESE
Business School
University of Navarra

LA VANGUARDIA
BARCELONA

29/05/13

Prensa: Diaria
Tirada: 117.284 Ejemplares
Difusión: 99.778 Ejemplares

Cód: 70973196

Página: 50

Sección: ECONOMÍA Valor: 778,00 € Área (cm2): 49,9 Ocupación: 4,93 % Documento: 1/1 Autor: Núm. Lectores: 882000

El Iese edita una guía para exportar en el sector alimentario

▶ La escuela de negocios Iese ha editado una guía de referencia para las empresas del sector de alimentación y bebidas que apuesten por la exportación como vía de crecimiento, ante la atonía del mercado interior. El *Vademecum on food and beverage markets* recoge información detallada de los 28 mercados más interesantes para el sector alimentario, que actualmente exporta el 80% en Europa y el 20% en el resto del mundo. Según datos de la Fiab, la industria de alimentación y bebidas facturó 86.290 millones en el 2012, un 2,68% menos por la bajada de precios, y las exportaciones se situaron en 22.078 millones, un 9,4% más, con una balanza comercial positiva de 3.026 millones. / Redacción

El gasto en alimentación y bebida cae de nuevo por la crisis

En 2012 el descenso fue del 1,3% respecto al ejercicio anterior y se situó en 100.678 millones de euros

Economía | 28/05/2013 - 12:55h | Última actualización: 28/05/2013 - 13:02h

Un cajero de supermercado lleno de monedas y billetes de euro Bloomberg / Chris Ratcliffe

Barcelona (Efe).- El **consumo** de **bebidas** y productos de **alimentación** en España cayó en 2012 un 1,3 % en relación a 2011 y se situó en 100.678 millones de euros como consecuencia de la crisis persistente, que se ha hecho notar más en el gasto fuera del hogar, que sigue a la baja (-4,1 %), mientras que se mantiene en casa.

Estos últimos datos sobre un sector que representa el segundo de la economía española, después del turismo, han sido avanzados hoy por el experto en este ámbito y profesor de la escuela de negocios IESE Jaume Llopis, en la presentación del XVII Encuentro de Alimentación y Bebidas que se desarrollará en Barcelona la semana que viene.

Llopis, que ha precisado que estos datos proceden de la Federación Española de la Industria de la Alimentación y la Bebida (FIAB), ha destacado que los datos del consumo del 2012 revelan la buena salud de un sector que "está aguantando la crisis", aunque para ello haya tenido que sacrificar sus márgenes de negocio, ya que los precios han bajado un 0,5 %.

En concreto, el gasto en el sector de la distribución de la alimentación y la bebida se elevó a 100.678 millones de euros en 2012, un 1,3 % menos que en 2011, del que el 67 % corresponde al consumo realizado en el hogar y el 33 % al que se hizo en bares y restaurantes. Fuera del hogar, el gasto ha caído un 4,1 %, y lleva acumulado ya un descenso del 12,5 % en los últimos tres años.

En cuanto al balance de 2012 de la industria de la alimentación y la bebida, las empresas vendieron por valor de 86.292 millones de euros, lo que supone un descenso del 2,68 % respecto al año anterior, mientras que la exportación creció un 9,4 % hasta alcanzar los 22.078 millones y la balanza comercial se situó en 3.026 millones.

Llopis ha aclarado que la caída de la facturación de la industria se debe básicamente a la bajada de los precios y no tanto al volumen de lo vendido.
El profesor del IESE ha alertado también del imparable incremento de las marcas blancas, que representan ya un 43 % del consumo total, y de la tendencia de los consumidores a acudir a supermercados cercanos y cadenas de Hard Discount como Lidl, Aldi y Dia, en detrimento de los hipermercados.

El XVII Encuentro de Alimentación y Bebidas que se celebrará la próxima semana en IESE reunirá a los máximos representantes del sector para explorar la mejor manera de internacionalizar el negocio y vender en los mercados emergentes.

En este contexto, IESE presentará una guía práctica elaborada por la investigadora Júlia Gifra que analiza los 28 países del mundo en los que es más atractivo exportar para el sector de la Alimentación y Bebidas y que toma la forma de un vademécum.

El estudio, basado en el análisis de los datos de consumo en 86 mercados diferentes, desgrana las principales ventajas que 28 países ofrecen para este sector, que en España cuenta con 30.000 empresas y que supone medio millón de empleados.

Gifra ha explicado que esta guía, que se pretende actualizar cada año, ayudará a las empresas del sector a decidir qué mercado le interesa para internacionalizar su negocio y qué estrategia puede seguir.

Pese a destacar las oportunidades de negocio de los países emergentes (China, India, Brasil o Rusia), el estudio también revela que el rey del consumo sigue siendo EEUU.

Llopis ha subrayado la importancia de un sector que representa el 7 % del PIB y ha lamentado la tendencia que cree existe por parte de la clase política a proteger el sector de la automoción y el de la telefonía móvil. "Los empresarios están para trabajar más y

INTERNACIONALIZACIÓN

El Iese crea el Vademécum, la primera guía práctica de exportación del sector alimentario

Barcelona | 28/05/2013 - 12:21h

La distribución obtiene unas ventas de **100.678 millones** en 2012, un 1,3% menos

BARCELONA, 28 (EUROPA PRESS)

El Iese ha creado el Vademécum, la **primera guía práctica** de exportación para el **sector** de la alimentación y las bebidas que orienta a las empresas a vender sus productos en los cinco continentes del mundo basándose en al análisis de los datos de **consumo** de 86 mercados y en las ventajas que **28 países** ofrecen para este sector.

Así lo han explicado este martes en un encuentro con la prensa el profesor de Iese Jaume Llopis y la investigadora Júlia Gifra, que han sostenido que el Vademécum es una herramienta útil para todas las empresas del sector, independientemente del producto al que se dediquen y de su localización, con lo que la guía sirve tanto para una empresa española como para una italiana.

Para seleccionar los 28 países que componen la guía se han utilizado como criterios el consumo anual de alimentación y bebidas, el consumo per cápita y el número de hogares de clase media con el objetivo de analizar la capacidad de compra, y el Vademécum ofrece información sobre exportaciones, importaciones y precios con datos de 2012, además de una relación de las ferias más importantes del sector.

La vocación de este proyecto es la de tener una continuidad, con lo que se está trabajando para que las próximas ediciones puedan incorporar más países y más información, y la presente ha contado con el apoyo de la Federación Española de Industrias de la Alimentación y Bebidas (Fiab).

"El sector está aguantando la crisis porque es anticíclico y uno de los que más ha apostado por la internacionalización. Está exportando, pero queremos que exporte más", ha indicado Llopis, que ha defendido que este sector es el segundo más importante de España tras el turismo, ya que representa el 7% del PIB y el 20% del empleo industrial.

Según datos de la Fiab, la industria de la alimentación y las bebidas obtuvo unas ventas de más 86.290 millones de euros en 2012, un 2,68% menos por la bajada de precios y no por un menor volumen, y las exportaciones se situaron en 22.078 millones, un 9,4% más, con una balanza comercial positiva de 3.026 millones.

CONSUMO

Según datos del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, las compras de los consumidores alcanzaron los 100.678 millones, un 1,3% menos, con un mayor predominio del consumo en el hogar (67%) sobre Horeca (33%).

En los últimos cinco años, el consumo en el hogar se ha mantenido estable, y en 2012 aumentó un 0,2% --se incrementó un 0,7% el consumo en kililitros, pero los precios bajaron un 0,5%--, mientras que el consumo fuera del hogar descendió el año pasado un 4,1% y en los últimos tres años acumula una caída del 12,5%.

Llopis también ha apuntado que las marcas de distribución suponen el 43% del total de productos de consumo, si bien este porcentaje aumenta en algunas categorías, como las del aceite, hasta un 60%, y es más reducido en la familia de vinos y cavas.

EXPORTAR PARA SALIR DE LA CRISIS

Llopis ha animado a las empresas a atreverse a probar otros mercados, ya que las exportaciones españolas dependen en un 80% de los países europeos, y el Vademécum revela que países interesantes para exportar son Estados Unidos, Brasil, China, India, Egipto, Suráfrica, Rusia, Canadá, Turquía e Indonesia.

El profesor del Iese ha indicado que el sector de vinos y cavas es uno de los que más ha apostado por la internacionalización, además del aceite, y ha destacado los esfuerzos que está realizando el sector cárnico.

El Vademécum, del que se han editado 300 ejemplares, se repartirá a los participantes del XVII Encuentro del Sector de la

Alimentación y Bebidas, que este año gira en torno al tema 'Cómo vender en cinco continentes' y que se celebrará el próximo martes en la escuela de negocios con las ponencias de marcas como Nestlé, Dia, Lidl, Gallina Blanca, Codorníu y Grupo Pascual, entre otras.

EL PERIODICO DE CATALUNYA
BARCELONA

29/05/13

Prensa: Diaria
Tirada: 142.474 Ejemplares
Difusión: 110.200 Ejemplares

Cód: 70974567

Página: 30

ección: ECONOMÍA Valor: 10.139,00 € Área (cm2): 567,8 Ocupación: 54,02 % Documento: 1/1 Autor: SONIA GUTIÉRREZ I BARCELONA Núm. Lectores: 614000

EVOLUCIÓN DE UN SECTOR ECONÓMICO CLAVE

El gasto en alimentación cae por el menor consumo fuera de casa

Las ventas para el hogar se mantuvieron en el 2012, pero bajaron el 4,1% en restaurantes

El IESE identifica los 28 países más idóneos para que exporten las empresas del sector

SONIA GUTIÉRREZ
BARCELONA

El sector económico de la alimentación, que es el segundo en España por detrás del turismo, es uno de los que mejor resisten la crisis. Antes de recortar en comida, se suprimen otros gastos. Aun así, en alimentación también hay margen para el ahorro, como ir menos a restaurantes. Eso explica que, aunque el consumo en el hogar siga estable, la distribución de alimentación y bebidas haya reducido el 1,3% las ventas en el 2012, arrastrado por el desplome del gasto fuera de casa, según datos del Ministerio de Agricultura avanzados ayer por el profesor del IESE Jaume Llopis.

En concreto, los consumidores españoles se gastaron en restaurantes y bares el año pasado un 4,1% menos, mientras que en sus casas lo aumentaron un 0,2%. De hecho, el consumo en el hogar aumentó un poco más en volumen, el 0,7%, pero las ventas no subieron al mismo ritmo por el descenso de precios del 0,5%, destacó Llopis. «Todo el mundo está sacrificando márgenes, tanto la industria como la distribución», dijo.

El consumo total en alimentación y bebidas fue de 100.678 millones de euros, la mayoría de los cuales (el 67%) se destinaron al hogar. Los españoles gastan apenas un tercio de su presupuesto en comida fuera de casa, porcentaje que no deja de retroceder. En los últimos tres años, el descenso acumulado de ventas en este canal es del 12,5%.

ARCHIVO / FERRAN NADEU

►► Terrazas de establecimientos de restauración en la plaza Reial de Barcelona.

Las principales firmas se reunirán el próximo martes en Barcelona

►► El IESE celebrará el próximo martes, 4 de junio, en Barcelona el 17º Encuentro de Alimentación y Bebidas, que se centrará en los retos de la exportación. En la jornada participarán directivos de compañías fabricantes, como Nestlé, Gallina Blanca, Grupo Pascual y Codorníu, y distribuidores, como DIA y Lidl, así como el director general de la federación de fabricantes FIAB, Horacio González Alemán, entre otros.

MARCAS DE DISTRIBUCIÓN // La crisis también ha empujado a las marcas de distribución (marcas blancas) que suponen el 43% del consumo de los hogares. Cuando mejore la situación, estos productos no retrocederán a niveles precrisis, opinó Llopis, porque están muy implantados.

Además de los distribuidores, la industria alimentaria también redujo sus ventas en el 2012. La facturación fue de 86.298 millones, el 2,68% menos, según la federación de fabricantes FIAB. La caída hubiera sido mayor de no ser por las exportaciones, que crecieron el 9,4%, hasta los 22.078 millones.

«El sector exporta mucho, pero queremos que exporte más», afirmó Llopis. El IESE presentó ayer un estudio, realizado por Llopis y la investigadora Júlia Gifra, sobre los 28 mercados más atractivos para las empresas de alimentación y bebidas. La selección se ha elaborado según criterios como los hogares de clase media o el gasto per cápita en comida, y en ella hay predominio europeo, con 10 países (Francia, Alemania y Rusia, entre otros), seguidos de ocho asiáticos (como Japón, China e India) y siete americanos (Canadá, EEUU y Brasil, entre otros). Cierran la lista Egipto, Sudáfrica y Australia. Los autores pretenden que el vademécum sea una «guía práctica» para las empresas y nace con «voluntad de continuidad». ≡

elPeriódico de Catalunya

La industria de alimentación y bebidas vendió el 2,6% menos en el 2012

Martes, 28 de mayo del 2013 - 12:48h.

Una guía del IESE selecciona los 28 países más atractivos para que las empresas del sector exporten, sobre todo a Europa y Asia

La industria de alimentación y bebidas facturó 86.298 millones de euros en el 2012, lo que supone un 2,68% menos que un año antes. Las exportaciones crecieron un 9,4%, gracias a las cuales el sector capeó mejor la crisis. Son datos de la Federación Española de Industrias de la Alimentación y Bebidas (FIAB), dados a conocer hoy por el profesor del IESE Jaume Llopis, con motivo de la presentación de su primera guía práctica para la internacionalización de las empresas del sector.

“La caída se debe más a las bajadas de precios que de volúmenes", ha destacado Llopis, que asegura que la alimentación "aguanta bien la crisis, aunque sacrificando márgenes".
Dos de las palancas que tiene esta industria para salir adelante, ha añadido el profesor Llopis, son la innovación y la
internacionalización. Sobre este último punto, la escuela de negocios ha elaborado su primer vademécum con datos de los 28 mercados más idóneos para el sector de la alimentación y bebidas.

Los países europeos son los más numerosos de la lista, un total de 10: Francia, Alemania, Italia, Rusia, el Reino Unido, Holanda, Polonia, Turquía y Ucrania, además de España. Le sigue Asia, con ocho países (Japón, China, India, Indonesia, Corea del Sur, Filipinas, Paquistán y Tailandia) y América, con siete (Canadá, Estados Unidos, Argentina, Brasil, Colombia, México y Venezuela). También hay oportunidades, pero menos, en África
(Egipto y Sudáfrica) y Oceanía (Australia).

La guía incluye datos útiles para las empresas exportadoras como qué alimentos se compran más en cada país y los precios de estos. La lista de esos países se ha elaborado a partir de criterios objetivos, seleccionando los que tienen un mayor consumo de alimentación y bebidas o más hogares de clase media. "El sector ya exporta mucho, pero queremos que exporte más", ha insistido Llopis, que ha elaborado el informe, junto con la investigadora Júlia Gifra. Los autores de la guía destacan que contiene datos muy recientes, del 2012, y homogéneos, lo que permite la comparación por países.

El vademécum tiene voluntad de continuidad y de convertirse en un referente para las empresas que quieran salir al exterior. En su primera edición, se han editado 300 ejemplares, que se repartiran principalmente en el 17º Encuentro del Sector de Alimentación y Bebidas, que organiza el IESE el próximo martes, 4 de junio, y que precisamente tiene como tema central la internacionalización. A las jornadas acudirán directivos de grandes fabricantes y distribuidores del sector, como Nestlé, Gallina Blanca, DIA y Lidl, así como el director general de FIAB, Horacio González Alemán.

europapress.es

Cataluña
INTERNACIONALIZACIÓN

El Iese crea el Vademécum, la primera guía práctica de exportación del sector alimentario

Directorio

- Iese Jaume Llopis
- Júlia Gifra
- Fiab
- Indonesia

Foto: EUROPA PRESS

La distribución obtiene unas ventas de 100.678 millones en 2012, un 1,3% menos

BARCELONA, 28 May. (EUROPA PRESS) -

El Iese ha creado el Vademécum, la primera guía práctica de exportación para el sector de la alimentación y las bebidas que orienta a las empresas a vender sus productos en los cinco continentes del mundo basándose en al análisis de los datos de consumo de 86 mercados y en las ventajas que 28 países ofrecen para este sector.

Así lo han explicado este martes en un encuentro con la prensa el profesor de Iese Jaume Llopis y la investigadora Júlia Gifra, que han sostenido que el Vademécum es una herramienta útil para todas las empresas

del sector, independientemente del producto al que se dediquen y de su localización, con lo que la guía sirve tanto para una empresa española como para una italiana.

Para seleccionar los 28 países que componen la guía se han utilizado como criterios el consumo anual de alimentación y bebidas, el consumo per cápita y el número de hogares de clase media con el objetivo de analizar la capacidad de compra, y el Vademécum ofrece información sobre exportaciones, importaciones y precios con datos de 2012, además de una relación de las ferias más importantes del sector.

La vocación de este proyecto es la de tener una continuidad, con lo que se está trabajando para que las próximas ediciones puedan incorporar más países y más información, y la presente ha contado con el apoyo de la Federación Española de Industrias de la Alimentación y Bebidas (Fiab).

"El sector está aguantando la crisis porque es anticíclico y uno de los que más ha apostado por la internacionalización. Está exportando, pero queremos que exporte más", ha indicado Llopis, que ha defendido que este sector es el segundo más importante de España tras el turismo, ya que representa el 7% del PIB y el 20% del empleo industrial.

Según datos de la Fiab, la industria de la alimentación y las bebidas obtuvo unas ventas de más 86.290 millones de euros en 2012, un 2,68% menos por la bajada de precios y no por un menor volumen, y las exportaciones se situaron en 22.078 millones, un 9,4% más, con una balanza comercial positiva de 3.026 millones.

CONSUMO

Según datos del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, las compras de los consumidores alcanzaron los 100.678 millones, un 1,3% menos, con un mayor predominio del consumo en el hogar (67%) sobre Horeca (33%).

En los últimos cinco años, el consumo en el hogar se ha mantenido estable, y en 2012 aumentó un 0,2% --se incrementó un 0,7% el consumo en kililitros, pero los precios bajaron un 0,5%--, mientras que el consumo fuera del hogar descendió el año pasado un 4,1% y en los últimos tres años acumula una caída del 12,5%.

Llopis también ha apuntado que las marcas de distribución suponen el 43% del total de productos de consumo, si bien este porcentaje aumenta en algunas categorías, como las del aceite, hasta un 60%, y es más reducido en la familia de vinos y cavas.

EXPORTAR PARA SALIR DE LA CRISIS

Llopis ha animado a las empresas a atreverse a probar otros mercados, ya que las exportaciones españolas dependen en un 80% de los países europeos, y el Vademécum revela que países interesantes para exportar son Estados Unidos, Brasil, China, India, Egipto, Suráfrica, Rusia, Canadá, Turquía e Indonesia.

El profesor del Iese ha indicado que el sector de vinos y cavas es uno de los que más ha apostado por la internacionalización, además del aceite, y ha destacado los esfuerzos que está realizando el sector cárnico.

El Vademécum, del que se han editado 300 ejemplares, se repartirá a los participantes del XVII Encuentro del Sector de la Alimentación y Bebidas, que este año gira en torno al tema 'Cómo vender en cinco continentes' y que se celebrará el próximo martes en la escuela de negocios con las ponencias de marcas como Nestlé, Dia, Lidl, Gallina Blanca, Codorníu y Grupo Pascual, entre otras.

La crisis volvió a hacer caer un 1,3 % el gasto en alimentación y bebida 2012

28/05/2013 EFE Barcelona, 28 may (EFECOM).- El consumo de bebidas y productos de alimentación en España cayó en 2012 un 1,3 % en relación a 2011 y se situó en 100.678 millones de euros como consecuencia de la crisis persistente, que se ha hecho notar más en el gasto fuera del hogar, que sigue a la baja (4,1 %), mientras que se mantiene en casa.

Estos últimos datos sobre un sector que representa el segundo de la economía española, después del turismo, han sido avanzados hoy por el experto en este ámbito y profesor de la escuela de negocios IESE Jaume Llopis, en la presentación del XVII Encuentro de Alimentación y Bebidas que se desarrollará en Barcelona la semana que viene.

Llopis, que ha precisado que estos datos proceden de la Federación Española de la Industria de la Alimentación y la Bebida (FIAB), ha destacado que los datos del consumo de 2012 revelan la buena salud de un sector que "está aguantando la crisis", aunque para ello haya tenido que sacrificar sus márgenes de negocio, ya que los precios han bajado un 0,5 %.

En concreto, el gasto en el sector de la distribución de la alimentación y la bebida se elevó a 100.678 millones de euros en 2012, un 1,3 % menos que en 2011, del que el 67 % corresponde al consumo realizado en el hogar y el 33 % al que se hizo en bares y restaurantes. Fuera del hogar, el gasto ha caído un 4,1 %, y lleva acumulado ya un descenso del 12,5 % en los últimos tres años. En cuanto al balance de 2012 de la industria de la alimentación y la bebida, las empresas vendieron por valor de 86.292 millones de euros, lo que supone un descenso del 2,68 % respecto al año anterior, mientras que la exportación creció un 9,4 % hasta alcanzar 22.078 millones y la balanza comercial se situó en 3.026 millones.

Llopis ha aclarado que la caída de la facturación de la industria se debe básicamente a la bajada de los precios y no tanto al volumen de lo vendido. El profesor del IESE ha alertado también del imparable incremento de las marcas blancas, que representan ya un 43 % del consumo total, y de la tendencia de los consumidores a acudir a supermercados cercanos y cadenas de Hard Discount como Lidl, Aldi y Dia, en detrimento de los hipermercados.

El XVII Encuentro de Alimentación y Bebidas que se celebrará la próxima semana en IESE reunirá a los máximos representantes del sector para explorar la mejor manera de internacionalizar el negocio y vender en los mercados emergentes.

En este contexto, IESE presentará una guía práctica elaborada por la investigadora Júlia Gifra que analiza los 28 países del mundo en los que es más atractivo exportar para el sector de la Alimentación y Bebidas y que toma la forma de un vademécum.

El estudio, basado en el análisis de los datos de consumo en 86 mercados diferentes, desgrana las principales ventajas que 28 países ofrecen para este sector, que en España cuenta con 30.000 empresas y que supone medio millón de empleados. Gifra ha explicado que esta guía, que se pretende actualizar cada año, ayudará a las empresas del sector a decidir qué mercado le interesa para internacionalizar su negocio y qué estrategia puede seguir. Pese a destacar las oportunidades de negocio de los países emergentes (China, India, Brasil o Rusia), el estudio también revela que el rey del consumo sigue siendo EEUU.

Llopis ha subrayado la importancia de un sector que representa el 7 % del PIB y ha lamentado la tendencia que cree existe por parte de la clase política a proteger el sector de la automoción y el de la telefonía móvil. "Los empresarios están para trabajar más y no para llorar", ha dicho. EFECOM

LA RAZON (ED. CATALUNYA)
BARCELONA
29/05/13
Prensa: Diaria
Tirada: 10.585 Ejemplares
Difusión: 10.585 Ejemplares
Cód: 70975055
Página: 3
Sección: CATALUÑA Valor: 1.609,00 € Área (cm2): 89,8 Ocupación: 11,04 % Documento: 1/1 Autor: Núm. Lectores: 100000

El gasto en alimentación y bebida cayó el año pasado un 1,3 por ciento

La Razón

BARCELONA- El consumo de bebidas y productos de alimentación en España cayó en 2012 un 1,3 por ciento en relación a 2011 y se situó en 100.678 millones de euros como consecuencia de la crisis persistente, que se ha hecho notar más en el gasto fuera del hogar, que sigue a la baja (-4,1 por ciento), mientras que se mantiene en casa.

Estos datos fueron avanzados ayer en la escuela de negocios Iese por el profesor Jaume Llopis en el marco de la presentación del XVII Encuentro de Alimentación y Bebidas que se desarrollará en Barcelona la semana que viene. Este sector, el segundo en España por volumen de negocio, «está aguantando la crisis», aunque para ello haya tenido que sacrificar sus márgenes de negocio, ya que los precios han bajado un 0,5 por ciento, señaló Llopis.

El gasto en el sector de la distribución de la alimentación y la bebida se elevó a 100.678 millones de euros en 2012, un 1,3 por ciento menos que en 2011, del que el 67 por ciento corresponde al consumo realizado en el hogar y el 33 por ciento restante al que se hizo en bares y restaurantes. En cuanto al balance de 2012 las empresas vendieron por valor de 86.292 millones de euros, lo que supone un descenso del 2,68 por ciento respecto a 2011.

EXPANSION CATALUÑA
BARCELONA

29/05/13

Prensa: Diaria
Tirada: 10.674 Ejemplares
Difusión: 7.296 Ejemplares

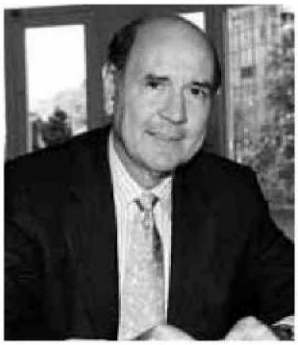
Cód: 70974290

Página: 1

Sección: CATALUÑA Valor: 243,00 € Área (cm2): 66,4 Ocupación: 7,55 % Documento: 1/2 Autor: Núm. Lectores: 198000

Las exportaciones de alimentos crecen un 9,4%

La industria de la alimentación ha encontrado en la exportación la mejor vía para compensar la caída del mercado español. En 2012, las ventas al exterior ya generaron el 25% del total, con 22.078 millones, un 9,4% más. Para ayudar a salir al exterior, el IESE ha editado una guía que identifica los 28 países más interesantes para el sector. P6



Jaume Llopis, profesor de IESE.

EXPANSION CATALUÑA
BARCELONA
29/05/13
Prensa: Diaria
Tirada: 10.674 Ejemplares
Difusión: 7.296 Ejemplares
Cód: 70974290
Página: 6
Sección: CATALUÑA Valor: 1.461,00 € Área (cm2): 399,2 Ocupación: 45,38 % Documento: 2/2 Autor: Núm. Lectores: 198000

Los 28 mercados clave para los alimentos

INVESTIGACIÓN/ El IESE ha editado un vademécum para ayudar a las empresas del sector a conquistar el mundo.

Sergi Saborit. Barcelona

La industria alimentaria es el principal motor, después del turismo, de la economía española, ya que aporta el 7% del PIB y el 20% del empleo industrial. Aunque todas las empresas del sector han visto reducidos sus márgenes como consecuencia de la crisis y la guerra de precios de la distribución, se trata de un negocio anticíclico que ha logrado capear la recesión mejor que el resto. Según la patronal Fiab, en 2012 la industria alimentaria mantuvo las ventas en volumen, pero facturó un 2,67% menos por la bajada de precios, hasta 86.298 millones de euros.

Las innovaciones, pero especialmente la exportación, se han convertido en el principal antídoto para compensar la debilidad del consumo en España. Así, el pasado año las ventas al exterior ya aportaron una cuarta parte del negocio, con 22.078 millones, un 9,4% más. Los países europeos absorben el 80%.

"El sector ya exporta mucho pero queremos que lo haga mucho más porque las oportunidades en el mercado internacional son enormes", afirmó ayer Jaume Llopis, profesor del IESE.

Para ayudar a las empresas de alimentación y bebidas a conquistar el mercado internacional, la escuela de negocios ha editado por primera vez un vademécum en el que identifica los 28 países más interesantes del mundo para exportar alimentos. La elección es fruto de un trabajo de investigación realizado por Júlia Gifra, que ha cruzado datos recopilados en todo el mundo basándose en tres parámetros: el consumo anual de alimentación y bebidas; el consumo per cápita de productos de este sector; y el número de hogares de clase media. Una vez aplicados estos tres filtros se han identificado diez países que están en la franja alta en los tres indicadores: Francia, Alemania, Italia, Rusia, Reino Unido, España, Japón, Canadá, Estados Unidos y Australia.

A este grupo se añaden otros 18 mercados que cumplen, al menos, dos parámetros: Holanda, Polonia, Turquía, Ucrania, China, India, Indonesia, Corea del Sur, Filipinas, Pakistán, Tailandia, Argentina, Brasil, Colombia, México, Venezuela, Egipto y Sudáfrica.

El manual, elaborado por el IESE con el apoyo de La Caixa, Fiab y Deloitte, incluye datos prácticos actualizados –son cifras de 2012– sobre cada uno de estos mercados, además de varios apéndices con ránkings, información sobre las principales ferias sectoriales e indicadores curiosos sobre precios. Así, llama la atención saber que donde más caro vale un kilo de manzanas sea en Australia (5,4 euros) o que Francia tenga el precio del pollo más elevado (9,4 euros al kilo). Japón lidera el ránking en el precio del café instantáneo, el té, el azúcar y la mantequilla, y Corea del Sur, por ejemplo, tiene el litro de leche más costoso (2,3 euros). También Australia tiene la cerveza, el vino, los refrescos y la harina más caras.

"Son 28 mercados objetivamente interesantes y el valor diferencial que aportamos es que ofrecemos datos actuales y comparables", afirma Llopis. Además de los grandes indicadores macroeconómicos, de cada mercado la guía ofrece información sobre la pirámide de edad, sobre los alimentos más consumidos en cada país y sobre los más importados y exportados.

ENCUENTRO

El encuentro del sector de la alimentación y bebidas que organizará el IESE el próximo martes se centrará en las estrategias para vender en los 5 **continentes**. El premio Food & Beverage Global Award se concederá al CEO de Unilever, **Paul Polman**.

RÁNKING MUNDIAL DE PAÍSES SEGÚN EL GASTO EN ALIMENTACIÓN Y BEBIDAS (1)

Consumo per cápita en 2012, en euros.

(1) El análisis comparativo incluye sólo los 28 países seleccionados por el estudio de IESE

Fuente: Euromonitor International / Vademecum on Food and Beverage Markets (IESE) Expansión

Europa tiene diez mercados clave; Asia, ocho; América, siete; África, dos; y Oceanía, uno

Australia es el país donde son más caros el vino, la cerveza, la harina, los refrescos o las manzanas

La industria alimentaria española exportó un 9,4% más en 2012, hasta 22.078 millones

elEconomista.es

El Iese crea el Vademécum, la primera guía práctica de exportación del sector alimentario

28/05/2013 - 12:21

La distribución obtiene unas ventas de 100.678 millones en 2012, un 1,3% menos

BARCELONA, 28 (EUROPA PRESS)

El Iese ha creado el Vademécum, la primera guía práctica de exportación para el sector de la alimentación y las bebidas que orienta a las empresas a vender sus productos en los cinco continentes del mundo basándose en al análisis de los datos de consumo de 86 mercados y en las ventajas que 28 países ofrecen para este sector.

Así lo han explicado este martes en un encuentro con la prensa el profesor de Iese Jaume Llopis y la investigadora Júlia Gifra, que han sostenido que el Vademécum es una herramienta útil para todas las empresas del sector, independientemente del producto al que se dediquen y de su localización, con lo que la guía sirve tanto para una empresa española como para una italiana.

Para seleccionar los 28 países que componen la guía se han utilizado como criterios el consumo anual de alimentación y bebidas, el consumo per cápita y el número de hogares de clase media con el objetivo de analizar la capacidad de compra, y el Vademécum ofrece información sobre exportaciones, importaciones y precios con datos de 2012, además de una relación de las ferias más importantes del sector.

La vocación de este proyecto es la de tener una continuidad, con lo que se está trabajando para que las próximas ediciones puedan incorporar más países y más información, y la presente ha contado con el apoyo de la Federación Española de Industrias de la Alimentación y Bebidas (Fiab).

"El sector está aguantando la crisis porque es anticíclico y uno de los que más ha apostado por la internacionalización. Está exportando, pero queremos que exporte más", ha indicado Llopis, que ha defendido que este sector es el segundo más importante de España tras el turismo, ya que representa el 7% del PIB y el 20% del empleo industrial.

Según datos de la Fiab, la industria de la alimentación y las bebidas obtuvo unas ventas de más 86.290 millones de euros en 2012, un 2,68% menos por la bajada de precios y no por un menor

volumen, y las exportaciones se situaron en 22.078 millones, un 9,4% más, con una balanza comercial positiva de 3.026 millones.

CONSUMO

Según datos del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, las compras de los consumidores alcanzaron los 100.678 millones, un 1,3% menos, con un mayor predominio del consumo en el hogar (67%) sobre Horeca (33%).

En los últimos cinco años, el consumo en el hogar se ha mantenido estable, y en 2012 aumentó un 0,2% --se incrementó un 0,7% el consumo en kililitros, pero los precios bajaron un 0,5%--, mientras que el consumo fuera del hogar descendió el año pasado un 4,1% y en los últimos tres años acumula una caída del 12,5%.

Llopis también ha apuntado que las marcas de distribución suponen el 43% del total de productos de consumo, si bien este porcentaje aumenta en algunas categorías, como las del aceite, hasta un 60%, y es más reducido en la familia de vinos y cavas.

EXPORTAR PARA SALIR DE LA CRISIS

Llopis ha animado a las empresas a atreverse a probar otros mercados, ya que las exportaciones españolas dependen en un 80% de los países europeos, y el Vademécum revela que países interesantes para exportar son Estados Unidos, Brasil, China, India, Egipto, Suráfrica, Rusia, Canadá, Turquía e Indonesia.

El profesor del Iese ha indicado que el sector de vinos y cavas es uno de los que más ha apostado por la internacionalización, además del aceite, y ha destacado los esfuerzos que está realizando el sector cárnico.

El Vademécum, del que se han editado 300 ejemplares, se repartirá a los participantes del XVII Encuentro del Sector de la Alimentación y Bebidas, que este año gira en torno al tema 'Cómo vender en cinco continentes' y que se celebrará el próximo martes en la escuela de negocios con las ponencias de marcas como Nestlé, Dia, Lidl, Gallina Blanca, Codorníu y Grupo Pascual, entre otras.

EL PERIODICO DE ARAGON
ZARAGOZA

29/05/13

Prensa: Diaria
Tirada: 10.170 Ejemplares
Difusión: 7.414 Ejemplares

Cód: 70991974

Página: 37

ón: ECONOMÍA Valor: 1.170,00 € Área (cm2): 376,4 Ocupación: 35,77 % Documento: 1/1 Autor: SONIA GUTIÉRREZ eparagon@elperiodico.com Núm. Lectores: 62000

EVOLUCIÓN DE UN SECTOR ECONÓMICO CLAVE

El gasto en alimentación cae por el menor consumo fuera de casa

Las ventas para el hogar se mantuvieron en 2012, pero bajaron el 4,1% en restaurantes

El IESE identifica los 28 países más idóneos para que exporten las empresas del sector

SONIA GUTIÉRREZ
eparagon@elperiodico.com
BARCELONA

El sector económico de la alimentación, que es el segundo en España por detrás del turismo, es uno de los que mejor resisten la crisis. Antes de recortar en comida, se suprimen otros gastos. Aun así, en alimentación también hay margen para el ahorro, como ir menos a restaurantes. Eso explica que, aunque el consumo en el hogar siga estable, la distribución de alimentación y bebidas haya reducido el 1,3% las ventas en el 2012, arrastrado por el desplome del gasto fuera de casa, según datos del Ministerio de Agricultura avanzados ayer por el profesor del IESE Jaume Llopis.

En concreto, los consumidores españoles se gastaron en restaurantes y bares el año pasado un 4,1% menos, mientras que en sus casas lo aumentaron un 0,2%. De hecho, el consumo en el hogar aumentó un poco más en volumen, el 0,7%, pero las ventas no subieron al mismo ritmo por el descenso de precios del 0,5%, destacó Llopis. «Todo el mundo está sacrificando márgenes, tanto la industria como la distribución», dijo.

El consumo total en alimentación y bebidas fue de 100.678 millones de euros, la mayoría de los cuales (el 67%) se destinaron al hogar. Los españoles gastan apenas un tercio de su presupuesto en comida fuera de casa, porcentaje que no deja de retroceder. En los últimos tres años, el descenso acumulado de ventas en este canal es del 12,5%.

MARCAS DE DISTRIBUCIÓN // La crisis también ha empujado a las marcas de distribución (marcas blancas) que suponen el 43% del consumo de los hogares. Cuando mejore la situación, estos productos no retrocederán a niveles precrisis, opinó Llopis, porque están muy implantados.

Además de los distribuidores, la industria alimentaria también redujo sus ventas en el 2012. La facturación fue de 86.298 millones, el 2,68% menos, según la federación de fabricantes FIAB. La caída hubiera sido mayor de no ser por las exportaciones, que crecieron el 9,4%, hasta los 22.078 millones.

«El sector exporta mucho, pero queremos que exporte más», afirmó Llopis. El IESE presentó ayer un estudio, realizado por Llopis y la investigadora Júlia Gifra, sobre los 28 mercados más atractivos para las empresas de alimentación y bebidas. La selección se ha elaborado según criterios como los hogares de clase media o el gasto per cápita en comida, y en ella hay predominio europeo, con 10 países (Francia, Alemania y Rusia, entre otros), seguidos de ocho asiáticos (como Japón, China e India) y siete americanos (Canadá, Estados Unidos y Brasil, entre otros). Cierran la lista Egipto, Sudáfrica y Australia. Los autores pretenden que el vademécum sea una «guía práctica» para las empresas y nace con «voluntad de continuidad».

ARCHIVO

►► Terrazas junto a la plaza del Pilar de Zaragoza.

IESE Business School
University of Navarra

Av. Pearson, 21
08034 Barcelona (Spain)
Tel.: +34 93 253 42 00
Fax: +34 93 253 43 43

Camino del Cerro del Águila, 3
(Ctra. de Castilla, km 5,180)
28023 Madrid (Spain)
Tel.: +34 91 211 30 00
Fax: +34 91 357 29 13

www.iese.edu