

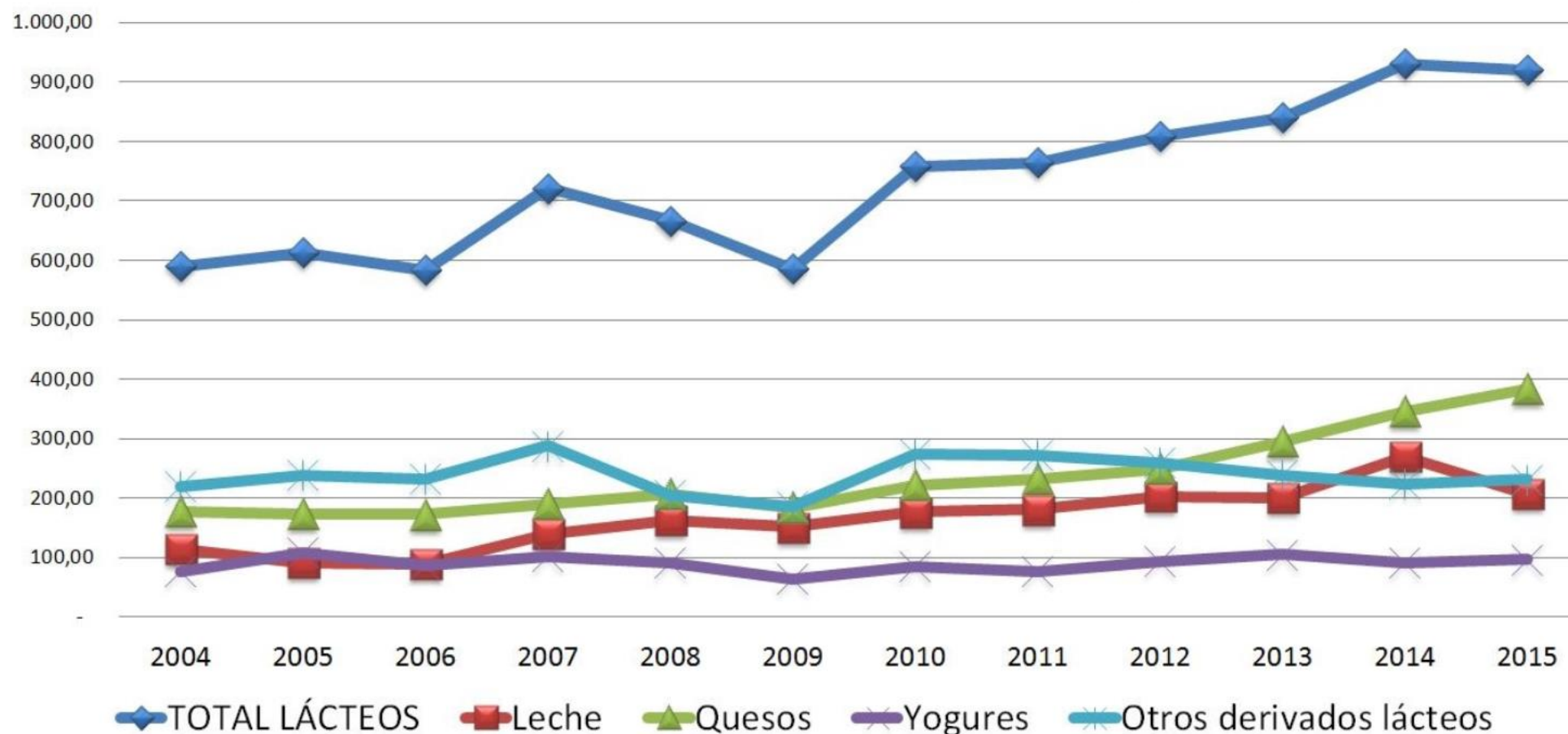
INTERNACIONALIZACIÓN DEL SECTOR LÁCTEO OVINO Y CAPRINO



- 1 Comercio exterior español
- 2 Mercado mundial
- 3 ¿Qué ofrece ICEX?
- 4 Estrategia F&W y acciones de promoción
- 5 Mercados de interés
- 6 Oportunidades y recomendaciones

1 Comercio exterior español

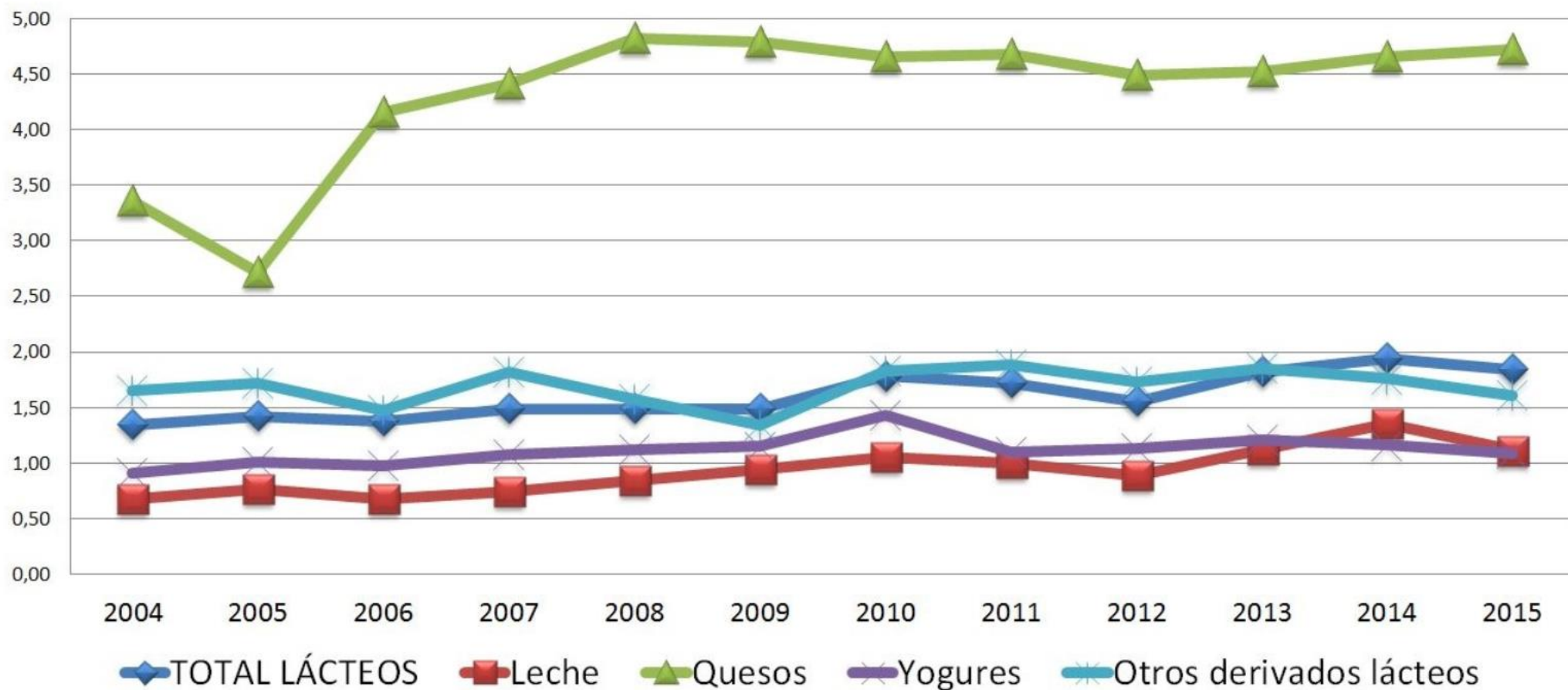
EVOLUCIÓN EXPORTACIONES PRODUCTOS LÁCTEOS (Millones €)



Las exportaciones del sector lácteo español han registrado un incremento del 57% desde el año 2009. La balanza comercial continua siendo deficitaria, España importó productos lácteos por valor de 1.562 millones de euros en 2015

1 Comercio exterior español

EVOLUCIÓN PRECIO MEDIO LÁCTEOS PARA EXPORTACIÓN (€/Kg)



Dentro del sector son los quesos el producto con mayor valor añadido, mejor evolución y mayor potencial para desarrollar su internacionalización

1 Comercio exterior español

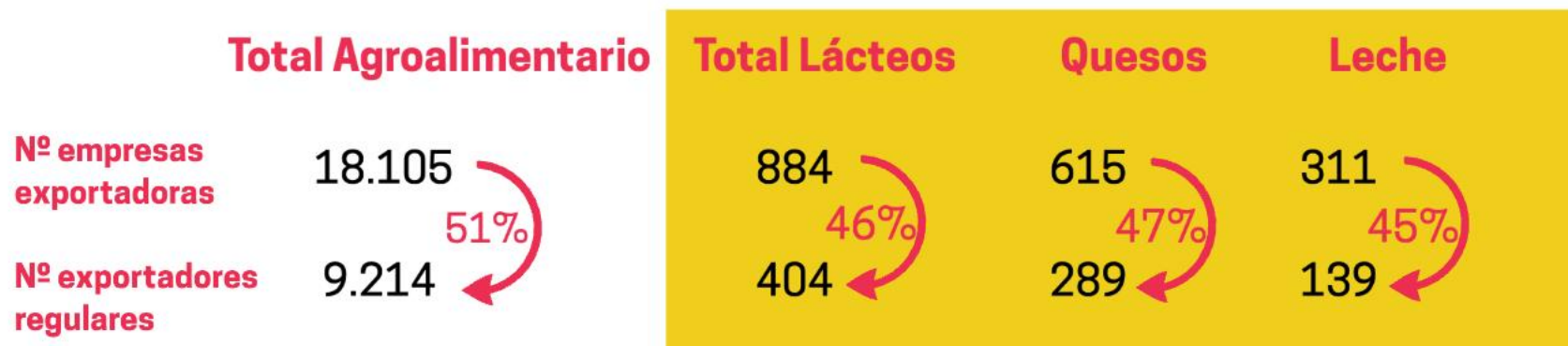
	Quesos	+/- 2014
Estados Unidos	85.962.686 €	16,71%
Portugal	61.644.091 €	0,95%
Francia	59.731.310 €	11,74%
Italia	58.939.346 €	-11,23%
Alemania	26.566.594 €	38,18%
Reino Unido	15.879.116 €	38,06%
Países Bajos	8.485.065 €	69,94%
Andorra	7.975.525 €	-0,12%
Rep. Dominicana	6.323.447 €	39,97%
Polonia	5.108.326 €	32,38%
Total Mundo	383.746.117 €	10,85%

	Leche	+/- 2014
Francia	103.842.834 €	-22,33%
Portugal	40.738.405 €	-26,85%
Italia	25.911.901 €	50,13%
Bélgica	9.032.595 €	-28,93%
Países Bajos	7.740.114 €	-75,22%
Reino Unido	5.052.130 €	0,16%
Andorra	3.029.216 €	1,83%
China	2.751.350 €	36,46%
Corea del Sur	1.313.440 €	13,58%
Hungría	1.150.099 €	6,07%
Total Mundo	207.039.971 €	-23,39%

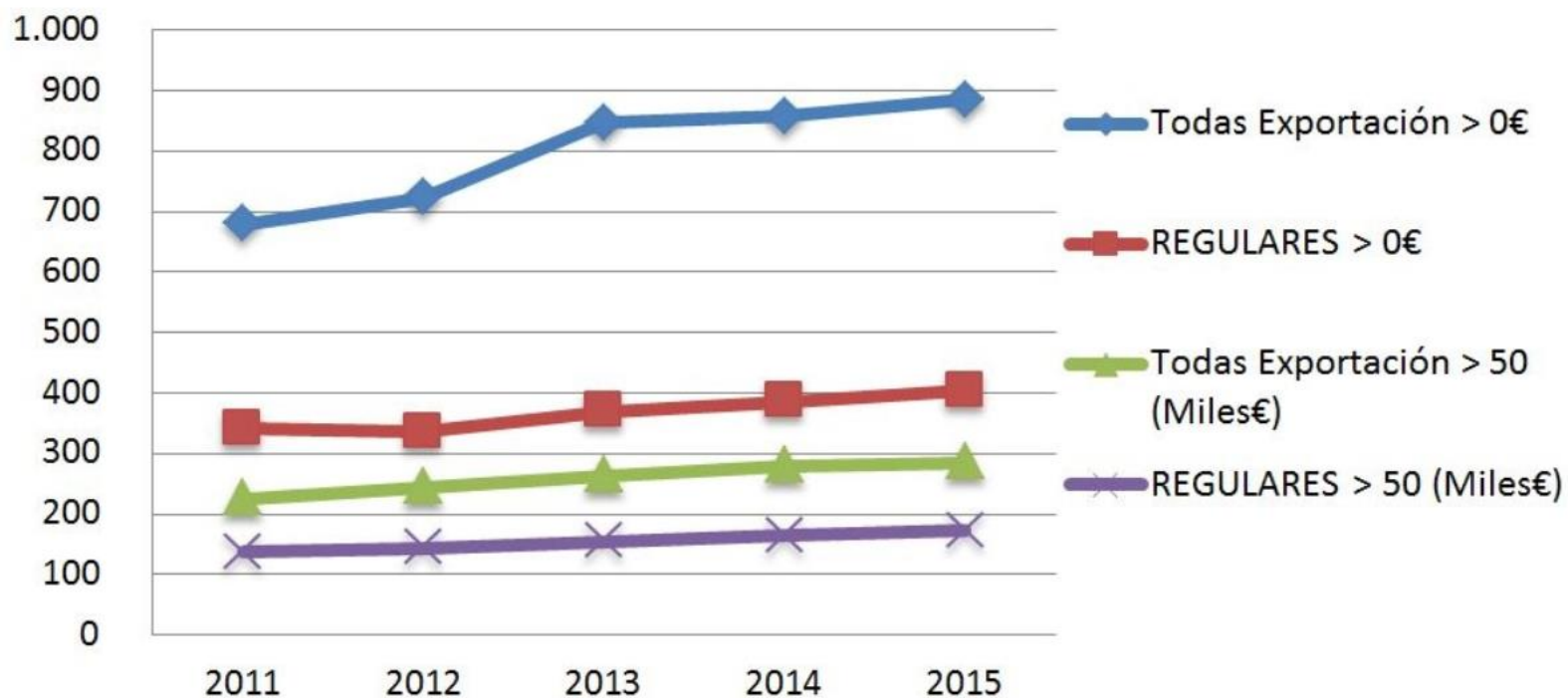
Estados Unidos y Francia son los principales mercados para el queso y la leche española respectivamente

1 Comercio exterior español

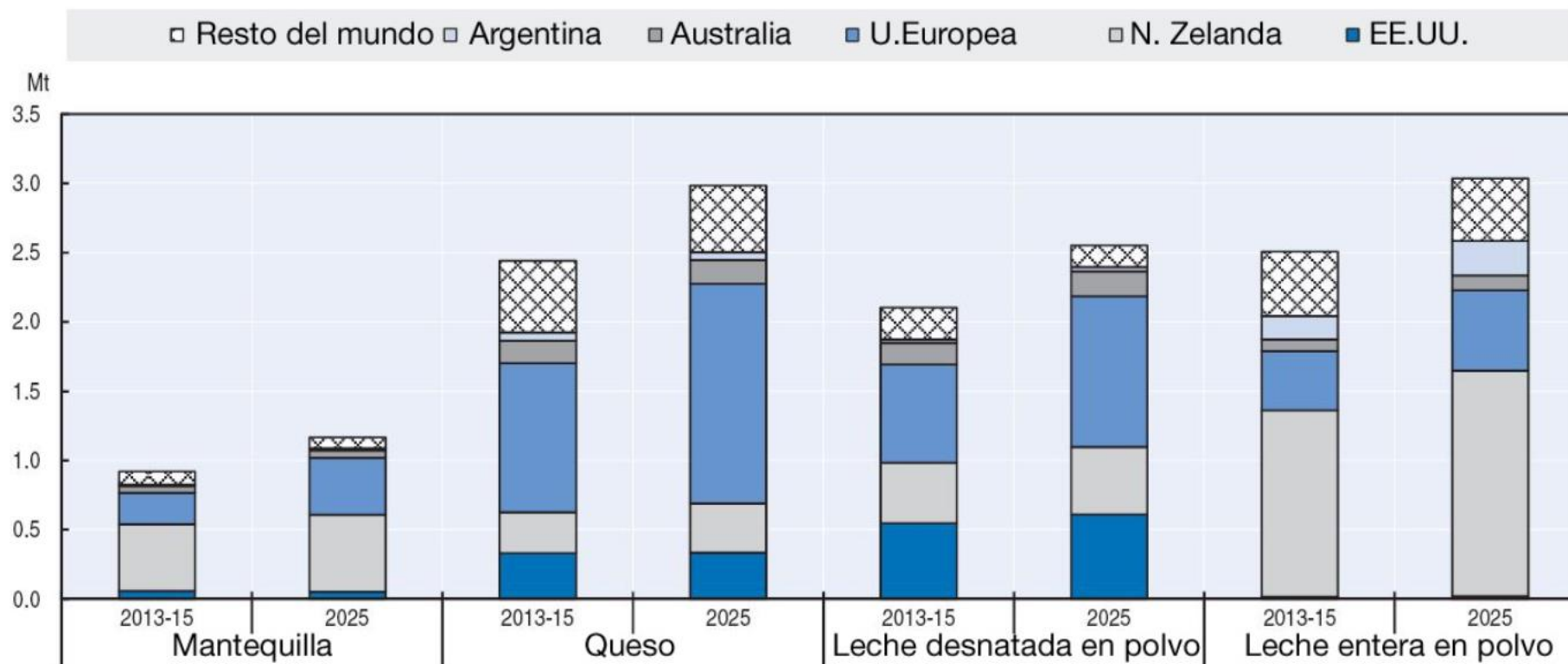
Perfil de la empresa exportadora: sector lácteo



Evolución empresas exportadoras productos lácteos



EXPORTACIONES DE PRODUCTOS LÁCTEOS POR REGIÓN



Source: OECD/FAO (2016), "OECD-FAO Agricultural Outlook", OECD Agriculture statistics (database), <http://dx.doi.org/10.1787/agr-data-en>.

3 ¿Qué ofrece ICEX?

Soluciones para todo tipo de Empresas

- ✓ Para dar los primeros pasos
- ✓ Para consolidar las exportaciones
- ✓ Para implantarse o invertir en el exterior
- ✓ Para la atracción de inversiones a España

Servicios de información, asesoramiento y formación



3 ¿Qué ofrece ICEX?

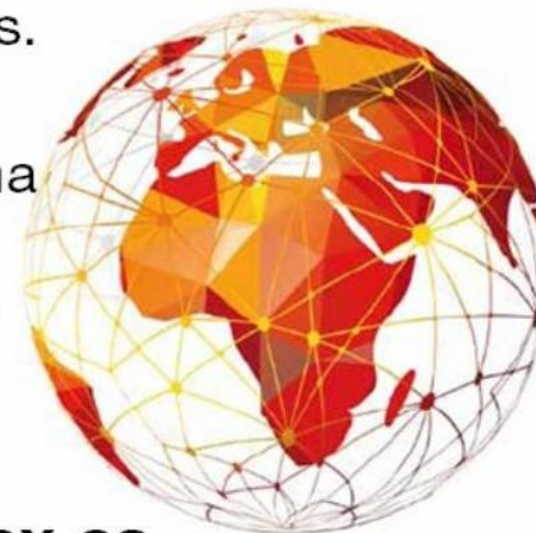
Guía de servicios para la internacionalización



- Disponible a través de www.icex.es/guia
- Recoge toda la gama de instrumentos disponibles de todas las administraciones para las empresas españolas.
- Ediciones diferenciadas por Comunidad Autónoma
- Todos los servicios están disponibles a través de

VENTANA GLOBAL

900 349 000
informacion@icex.es

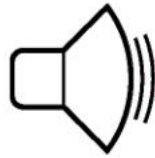


4 Estrategia F&W y acciones de promoción



→ Aumento de la **base exportadora**

Diversificación de mercados ←



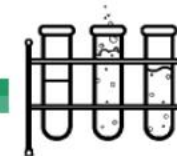
→ Incremento del **conocimiento** del sector entre los profesionales y prescriptores de opinión internacionales

Fomento de la **colaboración institucional**:
Alimentación, Gastronomía y Turismo ←



→ **Imagen país** y mensaje únicos de calidad y diversidad de la oferta

Destacar y propiciar la **innovación** ←



4 Estrategia F&W y acciones de promoción



4 Estrategia F&W y acciones de promoción

12

Pabellones Oficiales
en ferias internacionales

17



Espacios España
en ferias internacionales

30

Acciones de búsqueda de
distribución y/o acciones con
importadores

39

Países con actividades F&W from Spain
Presencia en los 5 continentes

315

Empresas españolas participaron
en ICEX Sourcings en 2015

2.950

Participaciones empresariales en
actividades F&W from Spain en 2015



4 Estrategia F&W y acciones de promoción

Presencia de empresas, catas y seminarios en los pabellones y espacios ICEX en ferias internacionales



4 Estrategia F&W y acciones de promoción



Seminarios y visitas a productores en misiones inversas de instructores de cocina, periodistas, compradores y en el programa de formación en gastronomía española

4 Estrategia F&W y acciones de promoción

Maps of Denominations of Origin from Spain



Wines



Cheese



Ibérico ham



EVOO

Cheese

Difusión y promoción a través de www.foodswinesfromspain.com

Spanish Cheese Map – Protected Designations of Origin (PDO) and Protected Geographical Indications (PGI) (30)



FOODS & WINES
from SPAIN

News | Blogs | Food Calendar | Newsletter

We spoke to the group's general manager, Esteban Alberto Pérez, to get the inside scoop on these magnificent Spanish cheeses, and in particular, the award-winning Maxorata Curado Pimentón:

Tell us a little bit about the history of the company and its PDO Majorero cheeses.

Grupo Ganaderos de Fuerteventura S.L. was founded in 1983 by a group of farmers whose objective was to unify the production of goat's cheeses on the island of Fuerteventura (Canary Islands) and thereby structure the offer of this centuries-old product. This cheese has a tradition that dates back to Pre-Hispanic times on Fuerteventura. The conquest of the *Canary Islands* was carried out by the crown of Castile between 1402 and 1496. In fact, in the years during the conquest, chroniclers left accounts of the wonderful cheese that was made by the inhabitants of the islands.

From the very beginning, *Grupo Ganaderos de Fuerteventura* has had one clearly defined goal: to produce a homogenous product with distinctive qualities that reflect the traditional aromas and flavors that have their origins in the history of the island.



WINE | SPAIN & REGIONS | DOING BUSINESS | CHEFS & TRAINING | **PRODUCTS & RECIPES** | SHOP, TRAVEL

Products & Recipes | Products | Cheese from Spain | Goats' Milk Cheeses | Email | Print

Cheese from Spain Goats' Milk Cheeses

If we were to simplify and define northern Spain as the ecosystem for beef and dairy cattle, the central plateau as that of sheep, then goats would find their place mostly in the ecosystem of the Mediterranean and on the Canary Islands. Goats are tough animals that adapt well to hot, dry climates not suited to other livestock where they survive on brush, young shoots and plant waste.

Goats are the most representative species of livestock in regions such as Andalusia, Murcia, Catalonia and Extremadura, as well as the Canary Islands where they are almost on their own. Goats' milk is used to make a variety of exquisite cheeses, some of which focus on specific breeds. In some cases, the cheese receive a special finish - ashes, red wine, pimentón (a type of Spanish paprika), herbs, toasted cornmeal (a Canary speciality) - giving them character and distinction.

Majorero cheese. Fernando Madariaga/ICEX



Edición y difusión de material promocional en todo el mundo



牛，綿羊以及山羊

西班牙之所以存在多種多樣的乳酪，原因是其原材料。傳統的乳酪製作基於 3 種奶：奶牛，綿羊以及山羊。

國內生產的乳酪中，由牛奶製作的佔最大部分。在它們之間可以舉幾個例子，如 Arzúa-Ulloa、Cantabria、Mahón-Menorca、Tetilla、San Simón da Costa、Cebreiro、Afuega'l Pittu 或 De l'Alt Urgell y la Cerdanya 原產地名稱保護。






由山羊奶製作的乳酪數量最多以及評價高，因為西班牙是歐盟裏第二個擁有最多綿羊的國家，然而其中一些綿羊的品種由於其羊奶具有高含量的蛋白質和脂肪，致使羊奶非常適合製作乳酪。在這裏舉例幾個原產地名稱保護，如 Manchego、Zamorano、Roncal、Idiazabal、Torta del Casar 和 De la Serena 乳酪。

由山羊奶製作的乳酪，一般香氣撲鼻和顏色偏白，但是顏色會隨著成熟的過程而逐漸轉黑，它們之間有來自 Queso de Murcia 和 Queso de Murcia al Vino、Queso Majorero、Queso Camerano、Ibores 和 Queso Palmero 原產地名稱保護。

混合牛奶製成的乳酪，就如 Cabrales、Guía y Flor de Guía、Queso Valdeón、Ganchedo、Quesucos de Liébana o Picón-Bejes-Treviño 原產地名稱保護。



5 Mercados de interés

-  **Estados Unidos:** Mercado prioritario para el queso español. Conocimiento del producto y poder adquisitivo.
-  **Canadá:** CETA como elemento de impulso. Mercado muy centrado en los productos lácteos bovinos. El bovino y caprino empieza a ser descubierto y valorado.
-  **Oriente Medio:** Crecimiento progresivo del consumo y conocimiento de los quesos. Certificación Halal.
-  **Asia Pacífico:** Mercado con curiosidad por el producto. Necesidad de adecuarse a sus peculiaridades gastronómicas.
-  **Mercados de bajos ingresos:** Productos lácteos ofrecen alternativa alimenticia de calidad. Base de la pirámide, bajos

⑥ Oportunidades y recomendaciones



Propósito del packaging:

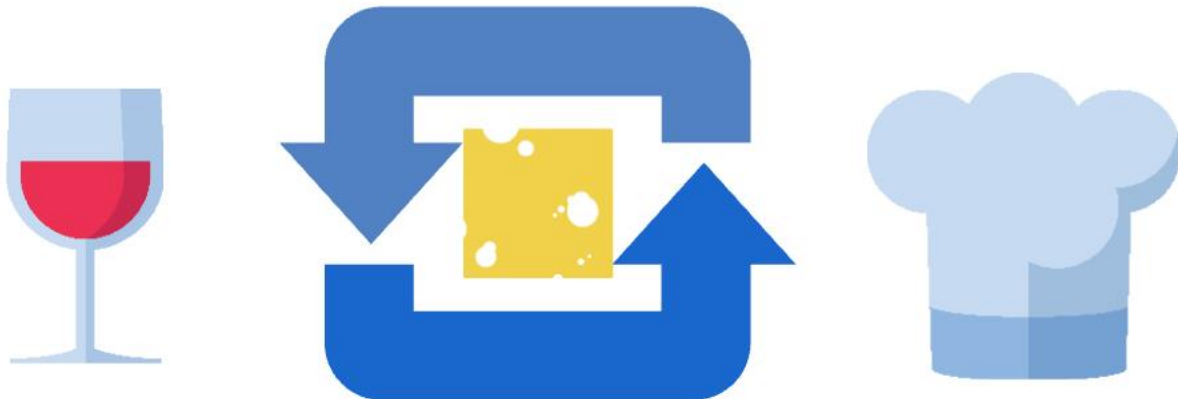
- Preservar
- Proteger
- Transportar
- **COMUNICAR**

Packaging: el consumidor de queso distingue más la tipología de queso que la marca. Necesidad de destacar el producto.

Certificaciones de Origen y los premios: **elementos diferenciadores** frente a la competencia y la MDD

⑥ Oportunidades y recomendaciones

Necesidad de **innovar** en presentaciones y usos del producto



Búsqueda de **sinergias con otros productos** (vinos, dulces, etc) y uso de la gastronomía como herramienta



https://www.youtube.com/watch?v=tDgsqOOf_iU

La internacionalización no es una opción...



... es una obligación.

