

Estados Unidos, China y Alemania, los mercados más apetecibles

Tres países tan distintos y distantes como Estados Unidos, China y Alemania vuelven a encabezar la clasificación de mercados más atractivos para exportar alimentos y bebidas, según un informe dirigido por Adrian Caldart y Júlía Gifra.



19 de marzo de 2019

La estabilidad impera en los primeros puestos del *Vademecum on Food and Beverage Markets*. **Estados Unidos, China y Alemania** se mantienen en el podio de los países más atractivos para la industria de alimentación y bebidas por tercer año consecutivo. Y, si ampliamos el foco al *top 10*, cinco países repiten posición respecto al año anterior y ninguno sube o baja más de dos posiciones.

Así lo indica la sexta edición de este informe, elaborado conjuntamente por IESE y Deloitte en el contexto del [Encuentro de Alimentación y Bebidas](#).

Resultados y puntuaciones según el FBA Index 2017-2018

Country	Rank 2017/2018	Score 2017/2018	Rank 2016/2017	Var. 1 year
United States	1	70.70	1	0
China	2	58.94	2	0
Germany	3	48.41	3	0
Netherlands	4	45.38	4	0
Hong Kong	5	42.93	6	1
France	6	42.56	7	1
Japan	7	42.49	5	-2
United Arab Emirates	8	42.12	10	2
Switzerland	9	41.85	9	0
United Kingdom	10	39.69	8	-2

El estudio, dirigido por el profesor del IESE [Adrian Caldart](#) y **Júlia Gifra**, analiza un total de 80 países y los clasifica a partir de diez indicadores que sintetizan su atractivo en función del marco económico y legal, la estructura de la población y la situación del sector de alimentación y bebidas.

Las secuelas del brexit

Aunque Estados Unidos lidera la clasificación, Europa en su conjunto se confirma un año más como la región más atractiva para la industria alimentaria, con cinco países en el *top 10* y copando nueve de las veinte primeras posiciones.

Las causas son, sobre todo, la solidez de su marco económico y legal y los altos niveles tanto de la renta media disponible como del gasto per cápita en alimentación.

Los mercados europeos más atractivos son **Alemania** (3), **Países Bajos** (4), **Francia** (6), **Suiza** (9) y **Reino Unido** (10), que ha bajado cinco puestos en dos años.

La incertidumbre del *brexit* se añade al poco crecimiento de la población y del PIB de Reino Unido, lo cual le penaliza considerablemente. Y más se podría ver perjudicado si se restablecen los aranceles con los países de la UE, ya que el 58% de sus exportaciones y el 61% de sus importaciones de alimentos y bebidas tienen su destino u origen en Europa.

En este sentido, las grandes cadenas de distribución británicas y las filiales de McDonald's y KFC en el país han advertido sobre los riesgos de fuertes subidas de precios y desabastecimiento asociados a un *brexit* duro.

Auge asiático

Al mercado europeo le sigue el asiático, encabezado por **China** (2), el país más poblado del globo y segundo importador mundial de alimentos y bebidas; **Hong Kong** (5), la ciudad con un mayor gasto per cápita en alimentación; y **Japón** (7), que sigue siendo un mercado potente a pesar de haber retrocedido tres posiciones en dos años.

India (14) y **Singapur** (19) cierran el top 5 de este enorme mercado potencial, tanto desde el punto de vista demográfico como por su rápido crecimiento económico y por la emergencia de la clase media en el caso de India.

De hecho, en los últimos dos años la mayoría de los países asiáticos han mejorado posiciones en la clasificación. Los avances más destacados han sido los de **Azerbaiyán** (+6), **Pakistán** (+5), **Indonesia** (+5), **India** (+4) y **Hong Kong** (+4).

Un líder sólido en América

~~Es incuestionable la solidez de Estados Unidos como mercado más atractivo para las empresas de alimentación y bebidas, ya que es el mayor importador global tanto de alimentos como de bebidas y se encuentra en las primeras posiciones en casi todas las categorías específicas.~~

En cuanto al resto de países de Norteamérica, **Canadá** puntúa alto en todos los pilares del índice y se mantiene en el undécimo puesto de la clasificación, mientras que **México** se resiente por el pobre crecimiento de su PIB y baja una posición respecto al año anterior, quedando en la 33.

Chile (37) es el país de América del Sur mejor situado, aunque en esta región destaca la escalada en el índice de **Argentina** (38), que avanza nada menos que 23 posiciones en dos años. En el extremo opuesto, destaca **Venezuela**, que se mantiene en la última posición del índice pese al tamaño de su mercado.

En general, los países del continente americano se caracterizan por ser grandes exportadores de alimentos y tener un gasto en alimentación y bebidas homogéneo y relativamente alto.

Una perla en Oriente Medio

El *ranking* regional de Oriente Medio está liderado por **Emiratos Árabes Unidos** (8), que sube dos posiciones y entra en el *top 10*. Le siguen **Israel** (18) y **Qatar** (26), que en los últimos dos años han seguido caminos opuestos, ya que el primero ha subido seis puestos y el segundo ha bajado siete.

En el continente africano los mejor situados son **Egipto** (57), **Kenia** (60) y **Sudáfrica** (61). Los dos primeros han avanzado seis y nueve posiciones respecto a hace dos años, mientras que Sudáfrica ha sufrido la mayor caída del índice, al retroceder diez puestos.

A pesar de su enorme potencial demográfico, la mayor parte de países africanos tienen un peso relativamente bajo en el comercio internacional de alimentos y bebidas.

FBA Index: mapamundi político con los países coloreados según su posición



FBA Index: ranking por regiones

Index Ranking	Europe	Asia	Americas	Africa and the Middle East	Oceania
1-10	Germany Netherlands France Switzerland United Kingdom	China Hong Kong Japan	United States	United Arab Emirates	
11-20	Norway Belgium Sweden Denmark	India Singapore	Canada	Israel	Australia New Zealand
21-30	Italy Finland Spain Ireland Austria	South Korea Malaysia		Qatar Bahrain Kuwait	
31-40	Estonia Portugal Russia Poland	Taiwan Indonesia	Mexico Chile Argentina	Saudi Arabia	
41-50	Czech Republic Turkey Slovenia Lithuania Greece Romania	Kazakhstan	Uruguay Brazil Costa Rica		
51-60	Slovakia Latvia Croatia	Philippines Thailand Vietnam	Guatemala	Jordan Egypt Kenya	
61-70	Hungary Georgia	Pakistan Azerbaijan	Peru Dominican Republic Colombia	South Africa Nigeria Morocco	
71-80	Bulgaria Serbia Bosnia and Herzegovina Ukraine	Iran	Ecuador Venezuela	Algeria Tunisia Cameroon	

Múltiples mejoras en el informe

La edición 2017-2018 del *Vademecum on Food and Beverage Markets* llega cargada de novedades. El **índice de atractivo** se ha enriquecido con nuevos indicadores —renta media disponible, eficiencia comercial y de mercado, exportaciones...— y se ha recalculado para los dos ejercicios anteriores, lo cual permite analizar la evolución de cada país en los últimos tres años.

Además, al informe se le añade ahora una nueva sección que permite ver de forma gráfica y sintética la información más relevante de cada uno de los **80 países** del índice, así como su desempeño en las distintas áreas en relación con la media de los veinte mejor clasificados.

Otra de las novedades es la incorporación de los **comentarios y valoraciones de expertos locales sobre un total de 30 países** que los autores han considerado especialmente interesantes. Estos análisis profundizan en las oportunidades de mercado desde el punto de vista demográfico, de importaciones y exportaciones, de precios y de competidores.

Por todo ello, el informe resulta una práctica guía que permite a fabricantes y exportadores conocer la situación y evolución de los mercados con mayor potencial de negocio para el sector de alimentos y bebidas.

Sobre la investigación

La clasificación de los 80 países que conforman el índice se basa en los datos de diez indicadores, agrupados en tres grandes bloques que se han ponderado según su incidencia en el potencial de negocio: marco económico y legal (25%); estructura de la población (30%), y situación del sector de alimentación y bebidas en cada país (45%).

El informe sintetiza, normaliza y pondera los datos de fuentes acreditadas como el FMI, el Banco Mundial o la ONU, entre otros.

www.iese.edu/es/insight