

FICHA MERCADO – PRODUCTO

I. DATOS DEL REGISTRO DE LA FICHA			
1.1. Nombre de la OCEX	Milán	1.2. Fecha	24/03/2022
1.3. Elaborado por:	Nombres y apellidos	Melissa Cornacchione	
	Cargo	Especialista en Comercio	
II. DATOS DEL MERCADO – PRODUCTO			
2.1 Producto	ARÁNDANOS		
2.2 Nomenclatura arancelaria (Ejem.: 0806.10)	081040		
2.3 Denominación o nombre comercial en el país de destino	En italiano “ mirtilli ” (sing. mirtillo) se utiliza comúnmente para referirse a los blueberries. Sin embargo, la palabra “mirtilli” puede referirse también a los frutos rojos de la familia Vaccinium (cranberry), en este caso generalmente se especifica el color (“mirtilli rossi”).		
2.4 Requisitos de acceso al mercado (aranceles, requisitos sanitarios y fitosanitarios, certificaciones, otros)	<p><u>Impuestos</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Arancel: 0% (para producto de origen Perú, terceros países es 3.20%). • Impuesto al Valor Agregado, IVA: 4% • Impuesto específico: no se aplica <p><u>Requisitos</u></p> <p>Dado que el arándano es un producto listo para el consumo, es importante que esté limpio y que la calidad se mantenga bien gracias a un proceso de postcosecha adecuado.</p> <p>Los estándares de la Comisión Económica de las Naciones Unidas para Europa (CEPE) sobre las bayas son una referencia fundamental para los profesionales y garantizan una alta calidad para los consumidores, contribuyendo a estimular el comercio del producto. Los estándares de calidad de la CEPE también indican los criterios para clasificar los arándanos en diferentes clases de calidad (véase párrafo C, Classification del siguiente documento: https://unece.org/fileadmin/DAM/trade/agr/standard/standard/fresh/FFV-Std/English/57_BerryFruits.pdf)</p> <p>Además, existen requisitos específicos para el acceso al mercado de la Unión Europea (UE) que se resumen a continuación.</p> <p><u>Límites máximos permitidos para los contaminantes</u></p> <p>Para evitar riesgos para la salud y el medio ambiente, la UE establece límites máximos de residuos de plaguicidas y otros contaminantes, como los metales pesados, en los productos alimentarios.</p>		

En el caso de los arándanos, los niveles de cadmio y plomo son especialmente relevantes. En agosto de 2021, la Comisión Europea estableció nuevos niveles máximos de estos dos metales en una serie de productos alimenticios, incluidas las bayas.

De acuerdo con los nuevos reglamentos el máximo nivel de cadmio permitido para las bayas incluyendo los arándanos es 0.030 mg/kg y el máximo nivel de plomo permitido es 0.20 mg/kg.

Sin embargo, en el caso del plomo, por razones lingüísticas, puede haber una ambigüedad. Mientras que las versiones inglesa y española del reglamento dan a entender que el límite máximo es de 0.20 mg/kg, la versión italiana del reglamento da a entender que es de 0.10 mg/kg, ya que el límite de 0.20 mg/kg sólo se indica para los arándanos rojos, las grosellas negras, las bayas de saúco y otros frutos del Arbutus Unedo, mientras que 0.10 se aplica a la fruta en general, excepto los arándanos rojos, las grosellas, los saúcos y frutos del Arbutus Unedo.

La nueva legislación de la UE ha establecido un periodo de transición para los productos alimentarios comercializados que superen los límites antes de la adopción de las nuevas normas, lo que significa que podían seguir vendiéndose hasta el 28 de febrero de 2022. Después de esta fecha, los productos que superen estos límites serán retirados del mercado.

Para mayor detalle:

Cadmio: REGLAMENTO (UE) 2021/1323: <https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2021/1323/oj>

Plomo: REGLAMENTO (UE) 2021/1317: <https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2021/1317/oj>

Crterios microbiológicos

Las autoridades de seguridad alimentaria pueden retirar del mercado las bayas importadas o impedir su entrada en la UE si hay presencia de salmonela, norovirus, E. coli u otras bacterias

REGLAMENTO (CE) n. 2073/2005:

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=CELEX%3A32005R2073>

Normativa fitosanitaria

Los arándanos deben pasar por controles fitosanitarios antes de entrar o circular por la UE. La inspección fitosanitaria debe realizarse en el país de origen y el envío debe ir acompañado de un certificado fitosanitario que garantice que están en línea con la normativa de referencia:

DIRECTIVA 2000/29/CE

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=CELEX%3A32000L0029>

	<p>DIRECTIVA DE EJECUCIÓN (UE) 2019/523: https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex:32019L0523</p> <p>REGLAMENTO DE EJECUCIÓN (UE) 2019/2072: https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:32019R2072</p> <p><u>Certificaciones</u></p> <p>Las certificaciones más comunes para los arándanos son la Global G.A.P. para las buenas prácticas agrícolas, la BRCGS y la IFS o sistemas similares de gestión de la seguridad alimentaria basados en el HACCP para las instalaciones de envasado y procesamiento.</p>
<p>2.5 Tendencias del mercado (no incluir estadísticas de comercio exterior)</p>	<p>a. <u>Producción y consumo en Italia</u></p> <p>Según los datos de Faostat sobre el cultivo de arándanos en 2019, Italia ocupa el 15º lugar en el ranking mundial y el 7º en Europa, con unas 7 mil TM producidas. En 2021, el cultivo de arándanos es de aproximadamente 1,400 hectáreas, con un crecimiento del 9% respecto a 2020.</p> <p>La evolución del cultivo del arándano ha sido tan rápida a escala mundial, facilitada por la tecnología y con una expansión geográfica tan amplia del cultivo, que hoy el sector se clasifica como "hiperglobalizado", es decir, presente en todos los mercados y en todos los niveles de consumo.</p> <p>También en Italia está en curso un proceso de extensión de la producción del arándano, que afecta a las principales regiones productoras del país: desde las regiones del norte, como el Piamonte (donde está presente casi la mitad de las hectáreas cultivadas), el Trentino, el Véneto e incluso la Toscana y el Lacio, el cultivo se está extendiendo a las regiones del sur (Sicilia y Calabria, a las que se están sumando Puglia y Basilicata). Esta expansión del cultivo en Italia comenzó principalmente gracias a la contribución de varias cooperativas y grupos de productores.</p> <p>La principal variedad de arándanos producida en Italia es la Duke, que se encuentra en las regiones del norte de Italia. En estas zonas se está llevando a cabo un proceso de diversificación varietal, con la introducción de otros cultivos más tardíos, como Blue Ribbon, Top Shelf, Draper, Cargo y Last Call. En las zonas de clima más templado del sur de Italia, la variedad Ventura es la principal variedad cultivada (fuente: listas de variedades del proyecto Mipaaf 2017).</p> <p>En las regiones septentrionales, la mayoría de las plantas se mantienen cubiertas para protegerlas de las plagas y el granizo, mientras que en el sur se utilizan invernaderos para anticipar la cosecha.</p>

Hay que subrayar que, la producción italiana de arándanos, aunque esté creciendo, se inscribe en una tendencia mundial mucho más positiva, dinámica y agresiva. De hecho, muchos de los otros países productores tienen situaciones medioambientales más favorables, costes de producción claramente inferiores y políticas de mercado y de la cadena de suministro que permiten situaciones de gestión más rentables y sencillas. Por estas razones, los otros países son muy competitivos en términos de precio, estacionalidad, variedad y disponibilidad. Cabe destacar que los costos de producción en Italia son muy altos y al menos el 80% son costes de mano de obra.

Por el momento, los arándanos en Italia son más interesantes para los productores que intentan sustituir cultivos poco rentables (por ejemplo, los duraznos en el Piamonte o los tomates en Sicilia) o como complemento de la renta familiar. En el Piamonte, primera región productora de Italia, la superficie media dedicada a los arándanos por empresa es de 0.53 has.

En Italia, el interés por los arándanos es bastante estacional y alcanza su punto máximo durante los meses de verano cuando son muy demandados por las heladerías como ingrediente, para cobertura o guarniciones. Durante el resto del año, el consumo aumenta los fines de semana y los días festivos, cuando la gente sale a comer y compra dulces en las pastelerías.

El consumo per cápita de arándanos es inferior a 300 gramos al año, lo que sigue siendo bastante bajo en comparación con los 1.3 kg de Gran Bretaña y 1 kg de Estados Unidos (los dos principales mercados del mundo). En estos dos países se han realizado esfuerzos de comercialización concertados entre productores e importadores, lo que ha dado lugar a tasas de crecimiento superiores a las de cualquier otro producto hortofrutícola.

Los expertos han proyectado recientemente que se consumirán 2 millones TM de arándanos en todo el mundo en los próximos diez años y 860 gr. por cabeza en Europa para 2026 (Fall Creek Farm and Nursery, 2019). Los últimos meses, marcados por la pandemia, no han cambiado estas estimaciones y los arándanos continúan su crecimiento a dos dígitos en principales mercados mundiales.

Si bien el consumo italiano aún no es comparable al de los principales mercados, puede decirse que su crecimiento es sin duda importante.

Desde 2016, se ha registrado un aumento del consumo en Italia y, en concreto, según los datos de GfK, en 2021 el consumo de arándanos experimentó un notable incremento, elevando el valor total del mercado a más de € 95 millones, lo que supone una variación del 40.8% respecto al año anterior, cuando se situó en € 67 millones.

Los factores determinantes de este crecimiento fueron tanto el aumento de las cantidades consumidas, 8,115 TM en 2021 (+28.8%), como los precios, que subieron una media del 9.4%, hasta 11.72 euros/kg.

El gasto medio por arándanos de los hogares italianos durante 2021 fue de € 17.18. Esto supone un aumento del 9.5% en comparación con los € 15.65 del año anterior. El porcentaje de hogares italianos que compra arándanos pasó del 16.5% en 2020 al 21.2% en 2021, (+28.6%). Las mayores compras se produjeron en las áreas metropolitanas del noroeste y principalmente en los hogares de clase socioeconómica alta (Fuente: <https://italianberry.it/>).

El crecimiento del consumo refleja el importante cambio en los hábitos de compra y consumo de los últimos dos años, provocado por el hecho de que los consumidores tienen más tiempo para preparar comidas a lo largo del día. Esto ha hecho que aumente la venta de alimentos sanos y saludables, ricos en nutrientes, incluida la fruta fresca. Además, se observa que los consumidores tienden a preferir las frutas y hortalizas envasadas, como los arándanos, a los productos a granel -que requieren ser clasificados, recogidos y pesados. (Fuente: www.agronotizie.it).

El principal uso de los arándanos es su consumo en fresco. Sin embargo, su uso en jugos, néctares, mermeladas y concentrados y como ingredientes de diversos productos procesados también está creciendo. Los arándanos también son populares en sectores no alimentarios, como la cosmética y los limpiadores domésticos y personales, lo que contribuye a aumentar su reputación y aprecio.

Entre las principales razones que se aprecian del producto como alimento fresco están sus propiedades nutricionales y nutraceuticas, demostradas por numerosos estudios científicos. Los arándanos también son muy valorados por los nutricionistas italianos como un superalimento, como un verdadero aliado del bienestar. Destacan su riqueza en compuestos fenólicos, cuyo consumo constante reduce el riesgo de enfermedades cardiovasculares y mejora la actividad intestinal, su riqueza en fibra, que facilita la digestión y aumenta la sensación de saciedad, sus sales minerales -calcio, fósforo, hierro, sodio y potasio- y sus vitaminas A, B y C.

El fuerte consenso entre los nutricionistas y los consumidores se debe a su sabor distintivo entre dulce y ácido, que estimula las papilas gustativas, y al color inconfundible que da a estas frutas, y a los productos que las contienen, un atractivo alimentario moderno.

Además, otro aspecto clave del éxito de los arándanos es su versatilidad de uso como snack fácil de comer, ingrediente de postres y ensaladas y superalimento para el desayuno.

Al haberse convertido en un alimento de moda, en 2019 el arándano, junto con otras bayas, entró en la cesta del ISTAT Instituto Nacional de Estadística italiano.

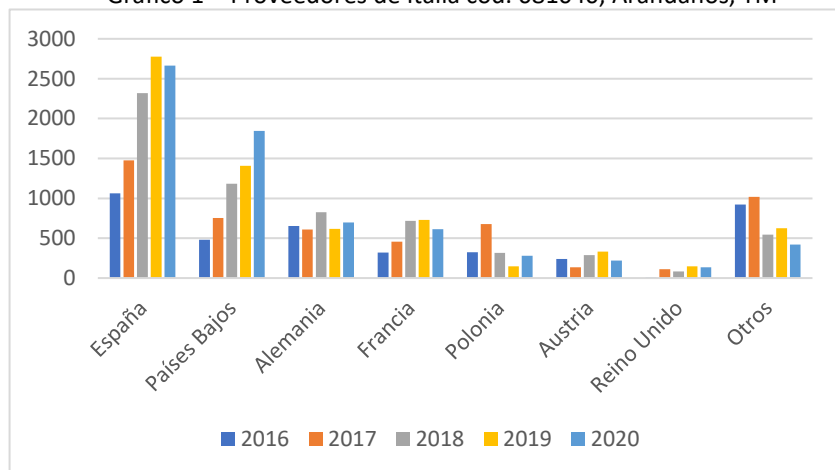
b. Importación y exportación

Aunque la producción nacional crece, los arándanos importados siguen siendo una parte importante del mercado italiano y proceden de orígenes en los que los costes de producción (mano de obra y logística en particular) son más bajos que en Italia, lo que repercute en el precio al que se venden al consumidor final a través de la gran distribución.

En 2020, las importaciones italianas de arándanos ascienden a 6,877 TM, +1.5% respecto a 2019 y un +72% respecto a 2016.

Los principales países proveedores son España, Países Bajos y Alemania, con cuotas del 38.8%, 26.8% y 10.1% respectivamente. El gráfico 1 muestra la tendencia de las importaciones italianas de los siete principales países proveedores entre 2016 y 2020 y destaca un crecimiento sostenido en el caso de los Países Bajos, único país que muestra un aumento de las exportaciones a Italia el 2020 vs los cuatro años anteriores.

Gráfico 1 - Proveedores de Italia cod. 081040, Arándanos, TM

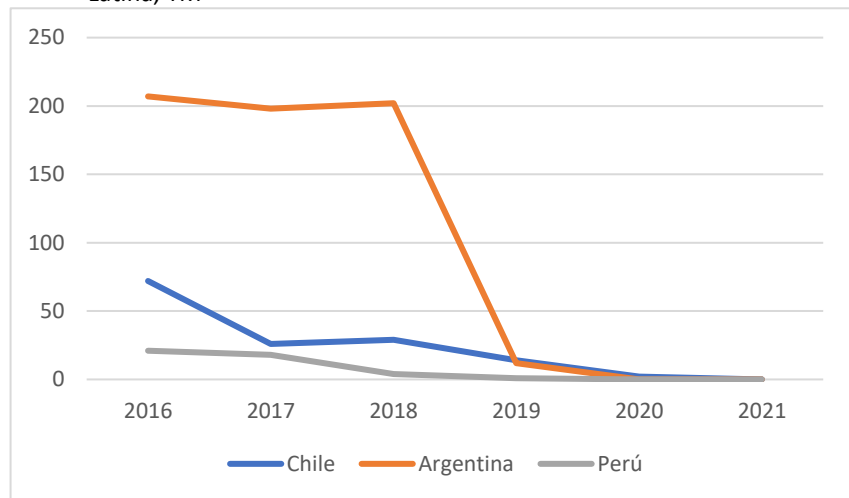


Fuente: elaboración OCEX, datos ITC-Trademap

Los datos más recientes del ISTAT, actualizados hasta el pasado mes de noviembre, muestran que en 2021 se produjo un nuevo aumento de la cantidad de arándanos importados (+48.6%), por lo que se está superando la cuota de 10 mil TM anuales importadas. En 2021, los dos principales proveedores siguen siendo España y Países Bajos, seguidos por Francia, Polonia y Alemania.

Según los datos del ISTAT y Trademap, las importaciones directas italianas desde Perú han sido pequeñas y han disminuido entre 2016 y 2019, pasando de 21 TM a poco más de 1 TM. También se observa una disminución neta de las importaciones procedentes de los otros proveedores de arándanos latinoamericanos (Chile y Argentina) como se muestra en el Gráfico 2.

Gráfico 2 – Importaciones italianas de arándanos de América Latina, TM



Fuente: elaboración OCEX, datos ITC-Trademap e ISTAT

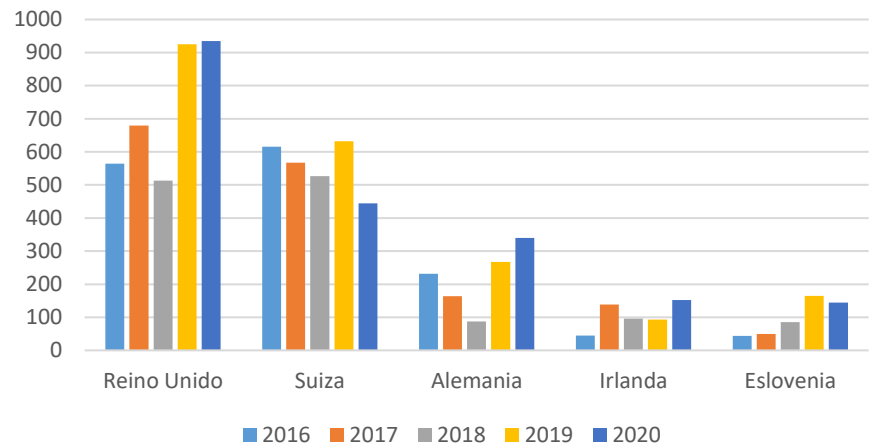
Según los datos del ISTAT, no hubo entradas directas de Perú a Italia en 2020 y 2021. Sin embargo, los arándanos peruanos no faltaron en los supermercados italianos, por lo que está claro que las importaciones indirectas desempeñan un papel fundamental en el mercado.

Un análisis cruzado de los datos muestra que Perú es el principal proveedor de Países Bajos, con una cuota del 40% en 2020. Además, las exportaciones peruanas a los Países Bajos han aumentado en los años 2016-2020 con una tendencia creciente muy similar a la tendencia con la que han aumentado las compras italianas a Países Bajos, por lo que podemos suponer que, a través de este último país, los arándanos peruanos también transitan hacia Italia.

Por otro lado, España, otro de los principales proveedores de Italia, pero con cantidades decrecientes en 2020, aunque haya registrado un cierto crecimiento en las importaciones de arándanos peruanos, sigue abasteciéndose principalmente de Marruecos, que representa 72% de las importaciones españolas de arándanos.

Las exportaciones italianas de arándanos ascienden a unas 3 TM al año, lo que supone un tercio de las importaciones. Los principales mercados son Reino Unido, Suiza y Alemania (Gráfico 3).

Gráfico 3 - Exportaciones de Italia cod. 081040, Arándanos, TM



Fuente: elaboración OCEX, datos ITC-Trademap

c. Precios y Consumos

En promedio, los precios al consumidor final están entre 10 y 15 euros/kg, pero pueden ser muy diferentes. Aunque los productores italianos presionan para conseguir precios más altos, éstos siguen siendo relativamente bajos gracias a la gran competencia de la gran distribución organizada.

Además, gracias a las importaciones del extranjero, el arándano está dejando de ser una fruta de temporada para los italianos y está disponible en los supermercados durante los 12 meses lo que ha permitido un desarrollo más regular de las ventas y una también una apreciación de la procedencia extranjera, especialmente de países que pueden garantizar la frescura y calidad del producto.

En la siguiente tabla se detallan los precios de venta por formato, marcas y origen de los productos, según algunas encuestas realizadas el 1 de marzo de 2022.

Tabla 1 - Precios arándanos al consumidor final

Punto de venta	Formato g	Marca	Origen
Amazon	125	Peviani	Mexico
Carrefour	125	Solár	España
Conad	100	Sant'Orsola	Perú
Easy Coop	125	nd	Marruecos, España, Argentina, Ch
Famila	125	i Piccoli	nd
PAM	125	Fantasia P&P	nd
PAM	125	Pam Panorama	nd
PAM	170	nd	nd
U2	125	Unes	Italia, España, Marruecos

Elaboración Ocx sobre datos <https://italianberry.it>, 01/03/2022.

Según Trademap, si se observa la comparación de los precios medios de los arándanos de los distintos orígenes surgen algunas diferencias entre

países proveedores como Alemania y España, alrededor de 6.3 USD/kg, los cuales aumentan en los casos de Países Bajos, 6.5 USD/kg y Francia, 6.6 USD/kg y Polonia, 6.7 USD/kg (datos año 2020). Ese mismo año, el precio de los arándanos chilenos se sitúa en torno a los 6 USD/Kg. Además, los datos permiten una comparación con los precios de los arándanos de origen peruano en los años anteriores a 2020 y muestran valores más caros que van de 9 a 12 y hasta 19 euros (USD/kg). El diferencial de precios peruano puede atribuirse tanto a la mejor calidad del producto como a la mayor frecuencia del transporte aéreo en comparación con el marítimo.

El principal formato bajo el cual son vendidos en Italia es el estándar de 125 gramos que representa alrededor del 85% de las ventas, sin embargo, en los últimos tiempos la oferta se presenta más variada (segmentación del mercado). De hecho, frente a una tradición donde la GDO ofrecía una sola línea de producto indiferenciado y con un solo precio ahora se empiezan a encontrar diferentes pesos como (como 150 gr. y 170 gr.), diversos empaques y también en algunos supermercados es posible elegir entre al menos dos orígenes del producto, así como entre orgánico, convencional, de impacto cero y producto premium. Además, los arándanos se muestran en una posición más visible que en el pasado, cuando se mostraban en posiciones secundarias.

El efecto en la distribución de alimentos del cierre durante la emergencia sanitaria de Covid-19 fue significativo. Durante la fase aguda de la pandemia hubo un impacto significativo en dos factores: la disponibilidad y la consistencia del producto. Las compras se centraron en productos con una vida útil más larga y esto se tradujo muy rápidamente en un cambio de los tamaños de 125 gr. a los de mayor peso. Además, se ha prestado mayor atención a la calidad, lo que ha provocado un aumento de los precios y del consumo. En este contexto, se espera que los arándanos tengan un mejor sabor y una mayor vida útil. Por lo tanto, se puede decir que la crisis de Covid-19, por un lado, ha aumentado el consumo de arándanos y, por otro, ha puesto de manifiesto que cada vez será más importante introducir mejores variedades en el mercado.

Con la tendencia a la segmentación del mercado, los consumidores son más exigentes a la hora de comprar y son cada vez más capaces de reconocer las características de los distintos segmentos y posicionarse según sus diferentes preferencias. En base a esto, actualmente se pueden identificar dos tipos principales de consumidores para el aspecto visual y gustativo de los arándanos:

- Preferencias para el producto Estándar.

La gama Estándar es la que concentra la mayor parte de las ventas. Se dirige a los consumidores que no tienen necesidades particulares y que consideran que los arándanos son un producto esencialmente

indiferenciado. Es un producto que no ofrece ninguna "prestación" particular, pero que, al estar en la parte central del mercado, consigue interceptar una gran parte de los consumidores para los que "los arándanos son arándanos" y que no están interesados en otras características particulares. Este consumidor se centra básicamente en el precio más bajo y no es un gran observador de la calidad, el sabor, el tamaño o la consistencia.

- Preferencias de productos Premium.

El segmento premium se dirige a un consumidor que busca un producto con características superiores, que está dispuesto a reconocer un valor adicional a un producto estándar y, por tanto, un precio más elevado. El tamaño mínimo de las bayas (calibre) y/o las características gustativas distintivas son los criterios que definen un producto premium. Por lo tanto, estos factores exigen que los productores presten especial atención a la selección varietal.

Hay que tener en cuenta que el calibre para entrar en esta categoría tiende a aumentar con el tiempo: mientras que hasta hace unos años se consideraba que el calibre de 14 mm era un calibre premium, ahora se considera que el calibre mínimo para esta categoría es de 16 mm.

Otras características valoradas por el segmento premium son el carácter crocante, el sabor equilibrado, la baja acidez y la persistencia de la pruina.

La pruina es la cera natural que recubre la fruta, protegiéndola de los rayos ultravioleta y evitando que se reseque. Los consumidores menos experimentados piensan que la presencia de esta pruina es un defecto que denota falta de frescura, problemas de higiene u otros aspectos negativos. Por el contrario, los consumidores más exigentes y los profesionales saben que la pruina no es un elemento negativo, sino un indicador seguro de frescura y salubridad, y tratan de maximizar la presencia de dicha cera en todas las fases de la comercialización para preservarla hasta el consumo. De hecho, la pruina es muy delicada: no se percibe al tacto, sino que desaparece al tocarla, dejando la superficie subyacente reluciente. Por ello, cualquier manipulación reduce su presencia: comienza durante la cosecha en el campo y continúa durante la fase de selección y envasado en los almacenes de transformación. Dado que el efecto de estas manipulaciones sobre la pruina es mayor si la recolección o el posterior procesamiento se realizan de forma mecánica, es importante desarrollar sistemas de recolección y procesamiento mecánicos que preserven esta cera natural.

Además de las preferencias por los productos estándar o premium, también hay nichos de consumidores que se centran más en la

certificación orgánica, los envases ecosostenibles o el origen italiano (consumidores "local"), por lo que muchos supermercados potencian el valor de las etiquetas de origen local con una relación precio/calidad razonable.

Con respecto a la tendencia del consumidor promedio a preferir el producto de origen local, se observa que, en general, cuando el consumidor recibe información completa sobre la contra estacionalidad de los productos italianos y extranjeros y su complementariedad, así como información sobre las características distintivas de origen extranjero (por ejemplo, por ser de mayor tamaño, muy crujiente y de sabor dulce) es más consciente y favorable a la compra del producto que no es italiano.

Cabe destacar que, según los expertos, el mercado en Italia tiene un gran potencial de desarrollo si se impulsa aún más la diferenciación de los productos (ofertas más variadas) y la comunicación institucional para despertar la conciencia y el interés del consumidor y una política concertada de precios, formatos, periodos, volúmenes y calidad, ya que el consumidor italiano está dispuesto a aumentar su atención a la categoría (Fuente: www.myfruit.it).

2.6 Estacionalidad de la producción local

Si bien, en principio, la temporada de arándanos en Italia dura cuatro meses, de junio a septiembre, con diferentes climas, distintas variedades y nuevas técnicas de cultivo, actualmente Italia puede abarcar un calendario de cosecha que va de febrero a septiembre y, en algunos casos, hasta noviembre. De hecho, hay que tener en cuenta que el producto fresco italiano empieza a estar disponible desde febrero/marzo (en la región de Sicilia) hasta septiembre (en las zonas alpinas) o noviembre, con especial atención a las variedades tardías.

A modo de ejemplo, se presentan los calendarios de tres empresas: Berryway (Piamonte), Sant'Orsola (Trentino) y Consorzio Piccoli Frutti (Véneto) y donde, en este último caso, también se utilizan variedades muy tardías, que se cosechan entre octubre y noviembre.

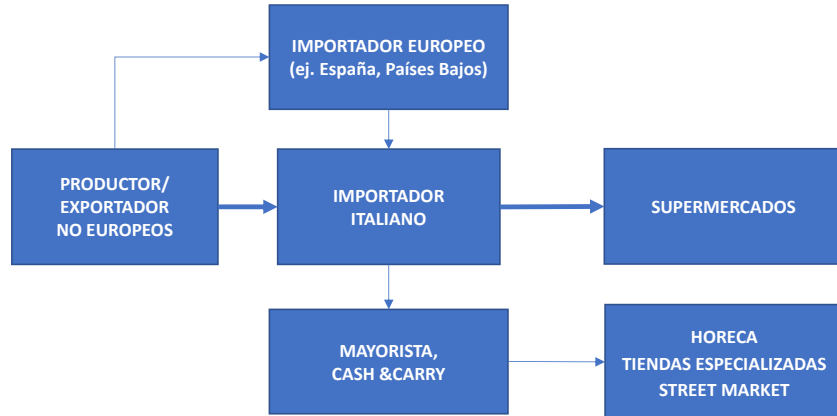
Calendario arándanos Berryway S.r.l.

	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	D
arruecos												
paña												
lia												
dáfrica												
rú												
gentina												
ile												

Calendario arándanos Consorzio Piccoli Frutti S.r.l.												
	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	D
paña												
lia												
ile												
Calendario arándanos Sant'Orsola S.C.A.												
Regiones	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	D
Sicilia												
Calabria												
Marche												
Toscana												
Veneto												
Piamonte												
Trentino												
*												
* Perú, Chile, Marruecos, España, Portugal												
2.7 Principales puntos de ingreso del producto al mercado (puertos y/o aeropuertos)	<p>Los principales puertos comerciales idóneos para fruta fresca de Italia son Vado Ligure, Génova, Livorno, Rávena y Venecia en el norte del país y Civitavecchia, Salerno y Gioia Tauro en el sur. No obstante, la mayoría de los importadores ven conveniente importar el producto a través de otros puertos fuera de Italia, especialmente a través de Holanda y España.</p> <p>Con respecto a los arándanos transportados de forma aérea, el principal aeropuerto es Milano Malpensa, pero también hay otros aeropuertos importantes como Bérgamo Oro al Serio, Roma Fiumicino, Venecia y Boloña.</p>											
2.8 Descripción de la cadena de distribución y comercialización del producto en el mercado (identificar los principales actores en cada eslabón de la cadena)	<p>Los arándanos se venden casi exclusivamente a través de la gran distribución, que a su vez se abastece de empresas especializadas en la importación y/o comercialización de frutas y hortalizas. Estas últimas pueden comprar directamente a los países productores o a través de otros importadores europeos.</p> <p>Otros canales de venta al por menor son las pequeñas tiendas especializadas, los street markets y el sector HORECA, donde, sobre todo los restaurantes y las pastelerías tienden a utilizar los arándanos como cobertura de postres, y se abastecen generalmente de los mayoristas que mantienen un canal directo con los importadores.</p> <p>Cabe mencionar que últimamente también se observa una ligera presencia de arándanos frescos en canales de comercio electrónico como Cortilia, Biorfarm, Gorillas Italia, Ortfoot y Amazon fresh bajo marcas de importadores, supermercados o productores directos.</p>											

En el siguiente gráfico se describe la cadena de distribución y comercialización del arándano, donde las líneas más gruesas indican mayor flujo.

Gráfico 4 - Cadena de distribución y comercialización del arándano



Entre las principales empresas con una larga experiencia en el mercado italiano se encuentran **Sant'Orsola** y **Aurora Fruit**, altamente especializadas en arándanos, ya que nacieron como organizaciones de productores italianos de frutos del bosque. Estas empresas se han convertido en puntos de referencia en Italia para las bayas y, además de distribuir bayas italianas en los meses de contraestación (generalmente de diciembre a mayo), importan y comercializan productos del extranjero, generalmente de Chile y España.

Además, en el sector de las bayas operan las empresas hortofrutícolas italianas más reconocidas, como **Spreafico**, **Battaglio**, **Peviani** y **Garden Frutta**.


Para dar un ejemplo concreto, Spreafico es una empresa que ha decidido recientemente invertir en arándanos y quiere apuntar a un desarrollo gradual del negocio junto con los productores. Desde hace varios años, la empresa importa directamente las bayas en temporada baja; los suministros, por vía marítima o aérea, proceden de Argentina, Chile e incluso Perú; otros países proveedores son Marruecos y España. La distribución se realiza principalmente a través de la gran distribución italiana, donde ofrece la línea premium bajo la marca "Solar" entre otras, pero también a los mercados mayoristas, a los canales HORECA y al sector naval.

Entre los ejemplos más recientes de empresas que se han creado centrándose en los frutos del bosque y los arándanos, cabe mencionar a **Berryway**. Esta empresa nació en 2018 a partir de un proyecto solicitado por cuatro empresas, entre ellas las italianas Ortofruit Italia, Rk Growers,

	<p>y otras dos extranjeras, con el objetivo de producir y garantizar el suministro de frutos del bosque en Italia durante todo el año y proporcionar importaciones de países extranjeros en contraestación. Berryway es el proveedor exclusivo de la importante cadena de supermercados Esselunga con su línea premium bajo la marca "Primo Gusto". Una de las prerrogativas de esta empresa es centrarse en variedades exclusivas más crujientes, más dulces, de mayor tamaño y tiempo de conservación (shelf-life).</p> <p>En el Anexo 1 se presentan los perfiles de las empresas mencionadas como posibles compradores.</p>
<p>2.9 Criterios de los actores claves de los canales de distribución y comercialización para la selección de proveedores (en orden de importancia)</p>	<p>De acuerdo con entrevistas realizadas a importadores italianos, los criterios claves que se utilizan para identificar un buen proveedor son la uniformidad del producto, buena shelf-life, estabilidad y constancia del suministro y la posibilidad de ofrecer buenas cantidades desde octubre a marzo.</p> <p>En línea con las tendencias del mercado y su apertura a la diferenciación de productos, es importante que los proveedores sean capaces de ofrecer no sólo un producto de calidad estándar, sino también las mejores variedades. Es importante ofrecer fruta de calidad, pensar en términos de especialidad, operar de forma planificada y tener una producción constante y fiable. Un elemento clave para las frutas de origen lejano es su vida útil, requiere mucha atención y precisión de la mano de obra local.</p> <p>Otro aspecto muy importante es la buena relación con el proveedor. De hecho, en el transcurso de la temporada, determinadas situaciones climáticas pueden provocar una escasez de producto en la producción, lo que se traduce en un aumento del precio. En estos casos, se pone a prueba la bondad de la relación con el productor. Si se basa en una relación de confianza y respeto, el proveedor nunca dejará de proporcionar el producto para la distribución.</p> <p>Desde el punto de vista de las cualidades gustativas, lo que más se aprecia es el aspecto crujiente, el dulzor y la acidez poco marcada.</p> <p>La competencia en el sector es bastante fuerte y el precio puede ser un factor determinante en la elección final del proveedor. Entre los países proveedores, además de otros países latinoamericanos como Chile y Argentina, existe un potencial creciente para países emergentes como Marruecos, que cuenta con la ventaja de costes laborales relativamente bajos y la proximidad al mercado italiano. Aunque la estacionalidad con Marruecos no se superpone a la de Perú, hay cierto cruce en los primeros meses del año.</p>


<p>2.10 Presencia de la oferta peruana en el mercado (temporadas, puntos de venta)</p>	<p>La estacionalidad del arándano peruano abarca ocho meses (agosto a marzo) coincidiendo en parte con la del producto italiano que va de marzo (desde Sicilia) a septiembre (en las zonas alpinas). En consecuencia, en Italia existe una presencia de arándanos extranjeros y peruanos principalmente entre octubre y febrero. Esto no excluye encontrar arándanos peruanos en algunos supermercados también en marzo, como el de la marca 'I Piccoli' de Spreafico y Sant'Orsola, disponibles respectivamente en los supermercados Iper Tosano y Conad (precio ligeramente superior a la media).</p> <p>La disponibilidad de los arándanos peruanos es más amplia en los meses de octubre-diciembre, donde en los distintos supermercados como Coop, Esselunga, Carrefour, Gulliver, Aldi, Eurospin, etc. se pueden encontrar varias marcas de arándanos de origen Perú, como Spreafico, Garden Frutta, Trifoglio di Fogliati y Driscoll's entre otras.</p> <p>Entre los principales competidores del arándano peruano se encuentra el chileno, aunque Perú tenga la capacidad de producir un poco antes que Chile. Los operadores italianos en general consideran que el peruano se diferencia por su mayor tamaño, mientras que, en términos de sabor y características organolépticas, el de Perú tiene una menor acumulación de azúcar, y por lo tanto un equilibrio de dulzor menos intenso en comparación con la acidez.</p> <p>Es interesante destacar que en una prueba de análisis sensorial realizada en 2020 por la revista Italian Berry en la que se compararon diferentes arándanos de origen peruano y chileno, se comprobó que el producto que más gustaba como para volver a compararlo era el de origen peruano.</p>
<p>2.11 Actividades de promoción idóneas para promover el producto</p>	<p>Macfrut, Rimini (www.macfrut.com) Feria internacional hortofrutícola anual de referencia. Próxima edición: 4-6 de mayo 2022.</p> <p>Tuttofood, Milán (www.tuttofood.it) Feria internacional bienal del sector de alimentos con una sección de frutas y hortalizas (Tuttofruit). Próxima edición: 8-11 de mayo, 2023.</p>

Anexo 1 – Potenciales compradores de arándanos


Razón Social	AL.MA S.R.L.	
Ciudad	Milan	
E-mail	info@almafrutta.com	
Teléfono	+39 025510622	
Página web	https://www.almafrutta.com/	
Perfil	Importación y distribución de frutas frescas, exóticas y de contrastación	
Productos	Uva, mango, palta, granada, pina, papaya, cerezas, bayas entre otros	

Razón Social	CONSORZIO PICCOLI FRUTTI S.R.L.	
Ciudad	Verona	
E-mail	info@aurorafruit.it	
Teléfono	+39 045 6698118	
Página web	http://www.aurorafruit.it/	
Perfil	Consortio de productores fundado en 2008 que trabaja también con proveedores internacionales para garantizar el producto en el mercado italiano en contraestación,	
Productos	Arándanos, Grosellas rojas, Cerezas, Fresas, Frambuesas, Moras	


Razón Social	BERRYWAY S.R.L.	
Ciudad	Cuneo	
E-mail	info@berryway.it	
Teléfono	T. +39 0175 46269	
Página web	https://berryway.eu/	
Perfil	Fundada por 4 empresas líderes del sector (RK Growers, Ortofruit Italia, Surexport y BerryWorld) para crear red de productores italianos y socios internacionales y garantizar el suministro de bayas al mercado italiano.	
Productos	Arándanos, Frambuesas, Moras, Fresas	


Razón Social	FOGLIATI S.a.S.	
Ciudad	Turín	
E-mail	comunicazione@fogliati.com	
Teléfono	+39 011 397 53 61	
Página web	https://www.fogliati.com/	
Perfil	Empresa familiar que opera desde hace tres generaciones y que está especializada en la importación-exportación de frutas y hortalizas	
Productos	Amplia variedad de frutas y verduras. Los arándanos son uno de los productos que la empresa distribuye durante todo el año.	


Razón Social	Fratelli Castellino S.R.L.	
Ciudad	Cuneo	
E-mail	info@fratellicastellino.it	
Teléfono	+39 0174 597384	
Página web	https://www.fratellicastellino.it/	
Perfil	La empresa lleva 25 años dedicándose a la transformación y comercialización de castañas y otros productos típicos de las zonas de montaña y del Piamonte. Se ha convertido en una de las principales empresas del sector.	
Productos	Bayas (arándanos, frambuesas, fresas, grosellas, moras), castañas (castagna y morrone), puré de castañas congelado y fruta congelada para la industria	

Razón Social	GARDEN FRUTTA S.R.L.	
Ciudad	Verona	
E-mail	info@gardenfrutta.it	
Teléfono	+39 045 8601208	
Página web	https://www.gardenfrutta.it/	
Perfil	Produce, selecciona y comercializa gran variedad de frutas y hortalizas de todo el mundo. Es una de las empresas líderes en la comercialización de fresas y bayas en cualquier época del año, gracias a su red productiva y comercial a nivel internacional.	

Productos	Fresas, cerezas, frambuesas, arándanos, moras, grosellas y fresas silvestres, frutas exóticas, hongos y hierbas aromáticas.
-----------	---

Razón Social	GOURMET FRUITS ITALIA S.R.L.	
Ciudad	Milan	
E-mail	info@gourmetfruitsitalia.com	
Teléfono	+39 0255191675	
Página web	http://www.gourmetfruitsitalia.com	
Perfil	La empresa importa y distribuye frutas y verduras frescas de alta calidad durante todo el año. Especializada en bayas, frutas en contrastación y exóticas todo el mundo.	
Productos	Arándanos y otros bayas, mango avocado jengibre, espárragos	


Razón Social	Peviani S.P.A.	
Ciudad	Pavia	
E-mail	peviani@peviani.it	
Teléfono	+39 0382 678511	
Página web	https://www.peviani.it/	
Perfil	Lleva casi un siglo en el sector de las frutas y hortalizas. Cubre todas las etapas de la cadena: producción, comercialización y distribución en el continente europeo.	
Productos	Amplia gama de frutas y verduras, incluyendo frutas exóticas y bayas	

Razón Social	SANT'ORSOLA S.C.A.	
Ciudad	Trento	
E-mail	info@santorsola.com	
Teléfono	+39 0461 51 81 11	
Página web	https://www.santorsola.com/	
Perfil	Organización de productores especializada en el cultivo de bayas, fresas y cerezas. Fundada en los años 70 en Sant'Orsola Terme. A lo largo de los años se ha convertido en el punto de referencia italiano para las bayas (+800 productores).	

Productos	Arándanos y otras bayas, fresa, cereza, baby kiwi. Además, cuenta con el primer arándano certificado Residuo Zero (sin residuos detectables de productos fitosanitarios) nacido, criado y cosechado en Italia.
-----------	--





Razón Social	SPREAFICO FRANCESCO & FRATELLI S.P.A.	
Ciudad	Lecco	
E-mail	info@spreafico.net	
Teléfono	+39 0341 453650	
Página web	https://www.spreafico.net/	
Perfil	Opera en el sector de frutas y hortalizas desde 1955 (de los principales actores en Italia). Está integrada en la cadena hortofrutícola y se orienta a desarrollar relaciones a largo plazo con todos los agentes implicados. Cuenta con oficina comercial en Santiago y un campo a 250 km al sur de la capital chilena, para el cultivo de Cerezas, Manzanas, Peras, Arándanos y Ciruelas.	
Productos	Amplia variedad de frutas y verduras, incluyendo arándanos, frutas exóticas y también IV gama de frutas cortadas listas para el consumo	

Razón Social	BATTAGLIO S.P.A.	
Ciudad	Turin	
E-mail	info@battaglio.it	
Teléfono	+39 011 349 44 44	
Página web	https://www.battaglio.it/	
Perfil	Se fundó en el mercado hortofrutícola de Turín y lleva más de 40 años operando en el sector hortofrutícola. Hoy se encuentra entre los principales actores del sector y cuenta con una sucursal en Argentina, desde donde exporta fruta desde 2002.	
Productos	Amplia variedad de fruta incluyendo exóticos, cítricos, jengibre y arándanos	

Razón Social	SLOMP RENZO E LUCIANO SNC	
Ciudad	Trento	
E-mail	info@slompsnc.it	
Teléfono	+39 0461 246339	

Página web	http://www.slompsnc.it/
Perfil	Se fundó en 1960, cerca de Trento. Actualmente envasa y distribuye frutas y hortalizas frescas, especialmente fresas y bayas. Presenta actividad estacional (abril a noviembre) sigue la producción regional de fresas, pequeños frutos y hortalizas.
Productos	Principalmente fresas y bayas

Anexo N° 02 PRECIOS DE REFERENCIA EN LOS DIFERENTES CANALES SEGÚN ORIGEN DEL PRODUCTO

Punto de venta	Unidad (Caja, Kg, otro)	Precio (US\$ por unidad)	Origen del producto	Fecha de toma de información	Características o forma de presentación	Foto
SpesaSi	125 g	€ 1.99 USD 2.20	Marruecos	09/03/2022	Empresa: Euroberry Marketing S.A. Producto de categoría 1 Envase en terrina de plástico.	
Esselunga	125 g	€ 1.98 USD 2.18	España	09/03/2022	Empresa: Slomp Renzo e Luciano Snc Producto de categoría I Envase en terrina de plástico.	
Esselunga	160 g	€ 3.48 USD 3.84	Marruecos	09/03/2022	Empresa: Berryway Producto Premium - categoría I Envase en vaso de plástico (80% plástico reciclado).	
Conad	125 g	€ 1.99 USD 2.20	Chile	11/03/22	Empresa: Spreafico Envase en terrina de plástico.	

Carrefour	125 g	€ 1.88 USD 2.07	España	18/03/2022	Empresa: Battaglio Envase en terrina de plástico	
Ipercoop	160 g	€ 2.99 USD 3.30	España	18/03/2022	Empresa: n. d. Producto de categoría I Envase en terrina de plástico	
E-commerce Amanoz fresh	125 g	€ 1.98 USD 2.19	España	18/03/22	Empresa: Peviani Producto de categoría I Envase en terrina de plástico	
Iper Tosano	125 g	€ 1.98 USD 2.19	Perù	02/03/2022	Empresa: Spreafico Producto de categoría I Envase en terrina de plástico	
Centrofrutta (tienda especializada en productos hortofrutícola)	125 g	€ 2.99 USD 3.31	Italia	18/03/22	Empresa: n.d. Producto de categoría I Envase en cartón	

Pam	125 g	€ 2.49 USD 2.74	Chile	23/03/22	Empresa: Fogliati Envase en terrina de plástico	
Carrefour	125 g	€ 2.25 USD 2.48	Chile	23/03/22	Empresa: Sant'Orsola Producto de categoría I Envase en terrina de plástico	
Eurospin	125 g	€ 1.99 USD 2.19	Chile	23/03/22	Empresa: Peviani Producto de categoría I Envase en terrina de plástico	
Lidl	250 g	€ 2.99 USD 3.29	España	23/03/2022	Empresa: Onubafruit Producto de categoría I Envase en terrina de plástico	
Ortomercato di Comasina (tienda especializada en productos hortofrutícola)		€ 2.00 USD 2.20	Marrueco	23/03/2022	Empresa: Fresroyal SL Producto de categoría I Envase en terrina de plástico	

