



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

Despacho
Ministerial

Dirección de Gestión y
Monitoreo de las Oficinas
Comerciales del Perú
en el Exterior

“DECENIO DE LA IGUALDAD DE OPORTUNIDADES PARA MUJERES Y HOMBRES”

“Año del Bicentenario del Perú: 200 años de Independencia”

OFICINA COMERCIAL DEL PERÚ EN MILAN

FICHA MERCADO PRODUCTO (CABALLA EN CONSERVA)

1. Nomenclatura arancelaria

160415: Preparaciones y conservas de caballa, enteros o en trozos

2. Denominación o nombre comercial en el país de destino

0803: *Sgombri preparati e conservati, interi o a pezzi*

3. Requisitos de acceso al mercado

Aranceles

Las importaciones desde fuera de la Unión Europea (UE) están sujetas a un arancel que depende de los acuerdos comerciales que mantengan con el bloque europeo.

En el caso de Perú, sus exportaciones de caballa a la UE están exentas del pago de aranceles.

Impuestos

Las mercancías importadas bajo la partida - 16.04.15 - están sujetas a una tasa de impuesto del diez por ciento (10%).

Requisitos de exportación

Para exportar conservas de pescado a la UE, el país exportador debe figurar en la lista de países aprobados y debe cumplir con los requisitos de seguridad de alimentos.

Certificaciones de pesca

La UE no permite la pesca ilegal por lo que todos los productos hidrobiológicos deben contar con un certificado de pesca para su ingreso al mercado europeo. En los países en desarrollo, los certificados de pesca son relevantes si es que el exportador es responsable de actividades de pesca en embarcaciones y procesamiento. La autoridad competente valida los documentos e información enviada por los operadores para determinar si ésta cumple con las medidas aplicables.

Trazabilidad

Se puede incluir un código de barras para poder trazar el producto. Las conservas de pescado exportadas a la UE deben ser trazables en todas las etapas de producción, procesamiento hasta que se encuentren en la etapa de retail. En diciembre del 2014 se aprobó una regla más estricta en cuanto al etiquetado. Aunque no es obligatorio colocar el código de barras, se está volviendo cada vez más común hacerlo para que los consumidores estén más comprometidos con la ruta del producto.

Etiqueta y empaque

Los exportadores deben comunicarse con sus compradores para saber si tienen requisitos especiales para el empaque. Sin embargo, las regulaciones europeas establecen cierta información obligatoria que debe incluirse en el paquete.

- Cantidad neta (peso neto) en gramos o kilogramos
- Peso neto escurrido en caso sea un alimento sólido de venta en un líquido como agua, salmuera o aceite.
- Nombre completo del alimento
- Operador de alimentos
- Marca de identificación
- Listado de ingredientes
- Fecha de "best before"
- Condiciones de almacenamiento

En cuanto a la forma del envase, el atún en conserva se envasa normalmente en latas redondas mientras que las sardinas y la caballa en latas ovaladas. Las anchoas generalmente se envasan en latas o frascos. Las latas también suelen tener características de fácil apertura con anillos.

Los productos premium se identifican mediante la etiqueta MSC u otras certificaciones. Es importante (aunque no indispensable) también mencionar el tipo de pesca que se ha utilizado ya que por ejemplo, el atún capturado con caña y línea se percibe como más sostenible y, por lo general, se vende como producto premium (a veces incluso gourmet).

Metales y otros requisitos de salubridad

Los productos que exceden los límites máximos permitidos de metales pesados son rechazados. El mercurio es un metal pesado que se encuentra en todas las especies de conservas de pescado, pero estas difieren dependiendo de la especie. El máximo nivel de mercurio permitido es de 1.0 mg/kg mientras que el máximo nivel de cadmio permitido es de 0.10 mg/kg. En el siguiente link se encuentran los niveles máximos de ciertos contaminantes permitidos por la Unión Europea. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32006R1881&from=EN>

Certificaciones de sostenibilidad

- Marine Stewardship Council (MSC): El MSC certifica que la pesquería ha demostrado cumplimiento de las normas relativas a la gestión y la sostenibilidad.
- Sedex: Es una certificación de responsabilidad social (CSR) que se enfoca en el mejoramiento de las condiciones laborales en la cadena de suministro

4. Tendencias del mercado

4.1 Importaciones de Italia de caballa

En el 2020 se importaron un total de US\$ 46,9 millones es de caballa preparada o conservada equivalentes a 6,543 TM lo que representó un incremento del 13% en el valor de importaciones de este producto en comparación con el año anterior y que significó un incremento del 11% en cantidades. Entre el 2016 – 2020, las importaciones de Italia de caballa decrecieron en una tasa promedio anual del 14% en valor monetario y en 11.25% en cantidad. Sin embargo, como se mencionó anteriormente, en el último año se produjo un crecimiento notorio.

Perú ha tenido un comportamiento positivo desde el año 2016 pues Italia cada año ha venido importando más caballa peruana con un crecimiento anual promedio del 121% (salvo el año 2017-2018, -51%). Los principales países de origen de sus importaciones durante el 2020, fueron: Portugal (41,4%), Francia (26,6%), España (12,4%), Ecuador (7,7%), Polonia (3,7%) y Perú (3,4%). Perú lidera el crecimiento en cantidades con una tasa positiva anual promedio del 126% en el periodo 2016-2020. En relación con la cantidad en toneladas y el valor en dólares se puede identificar que los precios de la oferta peruana son sumamente ventajosos con respecto a los demás lo cual de hecho es un factor para el incremento experimentado.

El único país latinoamericano que supera a Perú es Ecuador, quien el último año disminuyó sus exportaciones a Italia en un 53%. Cabe recalcar que ninguno de los países que se encuentran entre los primeros exportadores de caballa a Italia mantienen un nivel constante de exportaciones lo cual muestra la apertura italiana hacia productos de diversos orígenes.

Tabla 1. Principales importadores italianos en el 2021

EMPRESA	WEB
Delicius	https://www.delicius.it/
Rio	https://www.riomare.it/
Mareblu	https://www.mareblu.it/
Rizzoli	https://www.rizzoliemanuelli.com/
Asdomar	https://www.asdomar.it/en/home-en/
Zarotti	https://www.regnoli.it/medusa-brand-specialista-filiera-ittica/
Medusa (Regnoli)	https://www.regnoli.it/medusa-brand-specialista-filiera-ittica/

4.2 Exportaciones peruanas de caballa

Italia es el segundo destino a nivel global y cuarto de Europa de las exportaciones peruanas de caballa en conserva. Los principales destinos de exportación peruana son Panama (38,2%), Italia (37,8%), España (7%), Colombia (6%), Bolivia (5,9%) y Estados Unidos (5%). Las exportaciones en valor monetario de caballa alcanzaron los US\$ 4 millones que equivalen a 995 TM. En el último año el valor de exportaciones incrementó en 198%. Las exportaciones hacia Italia en el mismo periodo incrementaron en el 4,462% lo cual indica

que este destino jugó un rol sumamente importante. Las empresas peruanas exportan a Italia USD 1,5 millones

4.3 Análisis de Competencia

Los países con los mayores volúmenes de consumo en el 2018 en la Unión Europea fueron Alemania (50,000 TM), UK (35,000 TM) y Francia (21 TM), quienes concentran el 51% del consumo total. Polonia, Holanda, Italia, Bélgica, República Checa, Portugal y Hungría son los que le siguen y concentran 37% del consumo.

En Europa, la producción de caballa se ha ido incrementando de manera constante a un ritmo de 1,9% anual en el periodo 2017-2018. En el 2018, sin embargo, aumentó en una tasa del 4.4% lo cual significó el pico de producción en los últimos años.

El principal país exportador latinoamericano de caballa es Ecuador quien pasó de exportar 1,100 TM de caballa a 3,130 TM representando así un incremento de US\$ 5.7 millones. Las conservas de pescado en general representan uno de los principales sectores del país, que ha demostrado cumplimiento con las normativas de bioseguridad en todos los procesos de exportación. Aunque este estudio está enfocado en la caballa en conserva, es importante mencionar que Ecuador, al mismo tiempo, es de los proveedores más grandes de materia prima para la industria del procesamiento de pescado y de hecho ha establecido relaciones estrechas con el sector de procesamiento en España y en Italia. Ecuador tiene un TLC con Europa y además un acuerdo que permite que las conservas de pescado se exporten con un arancel del 0% (al igual que Perú).

A continuación, se analiza el precio promedio por tonelada de las exportaciones del 2020-2021. Asimismo, se ha tomado como referencia el tipo de cambio EUR/USD de 1.25. Los precios de las importaciones italianas fueron de aproximadamente US\$ 7,168/TM. Mientras que el promedio del precio de las importaciones desde Perú fue de US\$ 6,733/TM. Ecuador, constituye pues la principal competencia peruana, pues el año 2020 obtuvieron un precio promedio de US\$ 5,490/TM y durante el 2018 alcanzó un precio de US\$ 4,437/TM, bastante por debajo del promedio al que importaba Italia en ese entonces de US\$ 7,229/TM. Perú si bien está, y en los últimos años siempre ha estado, por debajo del promedio, compite con uno de los países que mejor precio ofrece.

4.4 Tendencias

Italia, tiene un consumo per cápita de pescado de 28Kg frente a la media de la UE de 25Kg y una media mundial de 20Kg. En el sector de las conservas de pescado, los consumidores italianos premian la calidad y los productos con certificaciones de sostenibilidad medioambiental. En la actualidad, se experimenta un crecimiento progresivo del segmento premium en detrimento del promedio. Según datos de Nielsen, el año 2018 este mercado en Italia valía €1.617 millones (+ 1,9% sobre 2017) por 122.200 TM (-1%) de volumen. El atún en conserva, del que Italia es el segundo productor europeo después de España, es el protagonista absoluto, con una facturación de €1,151 millones (+ 2,7% sobre el año anterior) y un consumo de 106,500 TM (-0,5%), seguido por anchoas por un valor de € 110 millones (-2,4%) y 4,400 TM (-7,5%) y caballa por un valor de €109,5 millones (-0,6%) y un volumen de 8.700 TM (-3,6%). Los productos que registraron un mayor crecimiento son el salmón (+ 8,7% en valor y + 3,2% en volumen) y camarones (+ 7,5% y + 14,6%).

Ver más <https://www.seafoodsummit.it/ittico-confezionato-che-futuro-per-prodotti-antichi/>

La temporada durante la cual se consume más atún en conserva es durante el verano. Es así como la llegada tardía del verano el año pasado afectó negativamente su consumo mientras que en las demás conservas de pescado, como sardina y caballa, hubo un mayor dinamismo y una mayor oferta para el consumidor debido a un mayor surtido de recetas.

En general, el precio medio por paquete ha aumentado por encima de 4% en el último año y en términos de precios, las colocaciones intermedias pierden relevancia, mientras que las de gama alta adquieren valor. De hecho, se percibe que el consumidor está dispuesto a gastar más en productos que no son tan elaborados, pero que son saludables, naturales y de buen sabor con certificaciones tanto en términos de materias primas como de procesamiento. Existe una fuerte tendencia a la simplicidad, tanto en los envases como en las recetas, pero también una atención cada vez mayor a los orígenes del pescado y al procesamiento tradicional.

Entre los motivadores de compra, el precio continúa siendo una palanca importante. La sensibilidad de los consumidores hacia los temas de sostenibilidad ambiental, el nivel de servicio y la calidad son los motivadores que le siguen.

La venta de conservas éticas se ve de modo más elevado al centro-norte con respecto al sur. El contenido del servicio del producto es un factor importante, particularmente adaptado al estilo de vida orientado al ahorro de tiempo.

La marca del minorista Despar en el mercado italiano (I + S) tiene alrededor del 21% de la cuota de mercado en términos de valor con una tendencia de crecimiento. Para Despar el sector registró mejores resultados que el mercado. Las tendencias en valor de la caballa en aceite, sardinas y anchoas fueron particularmente significativas en 2018 (+ 4% cada uno) y caballa natural (+ 2%). Una tendencia positiva que también continúa en el año en curso.

Según el análisis de Research and Markets -explican desde Ancit- la industria mundial de conservas está creciendo, tanto es así que para el 2021 se pronostica un valor de US\$ 105 mil millones. Entre los motores de crecimiento resaltan la oferta de productos innovadores y listos para usar, especialmente enfocados en la practicidad, la calidad y el respeto por el medio ambiente, en línea con estilos de vida contemporáneos cada vez más dinámicos. El atún enlatado ocupa el primer lugar. Por tanto, todo el sector apuesta fuertemente por la seguridad y la innovación de productos, con el fin de mantener este alimento en sintonía con los tiempos y las necesidades del consumidor moderno. Estos motores se adaptan al mercado italiano pero además las marcas industriales también apuestan por la innovación de productos con miras a la salubridad y la sostenibilidad con referencias a las conservas que no gotea o a las conservas con menos grasa. El concepto de bio es más difícil de comunicar, dado sustancialmente por la certificación del aceite utilizado para la conservación.

Recientemente las familias han empezado a “experimentar” con nuevos segmentos fuera de lo convencional pero aún lo hacen de vez en cuando y suelen hacerlo en momentos de promoción. Es así, que se ha notado una demanda creciente de productos que también ofrecen el “servicio”, como son las ensaladas con pescado, que se utilizan principalmente para una comida rápida y equilibrada fuera de casa. Dentro de este último segmento, por ejemplo, se encuentra Mareblu con la línea “Nutrimix”.

Ver más:

https://www.askanews.it/cronaca/2021/03/24/tonno-in-scatola-in-2020-50-italiani-ne-ha-aumentato-il-consumo-pn_20210324_00095/

<https://www.mark-up.it/tonno-in-italia-e-la-conserva-ittica-preferita/>

Salubridad

En el presente estudio, para las tendencias de salubridad y sostenibilidad se tomarán las de ambos (atún y caballa), ya que muchos italianos comienzan a considerarlos sustitutos.

Una de las principales tendencias en el mercado italiano es aquella de lo “sano”, “natural” y “sencillo”. El sector de conservas de pescado no es la excepción, por lo cual se debe prestar especial atención a las diferentes líneas que se vienen introduciendo como el atún en aceite de oliva extra virgen, pescado por caña o caballa a la brasa como respuesta a las nuevas exigencias del consumidor. En particular, las carnes a la brasa en general están teniendo una respuesta bastante positiva, debido a que la percepción del consumidor es la de un producto saludable y dietético.

La tendencia de la salud se vio también en el ingreso al segmento de parrilladas con caballa. Asimismo, se ha introducido la caballa natural que no se debe escurrir y la tendencia de desprogramar la lata de 80 gramos con respecto a las cantidades de aceite. Continuando con esta tendencia “al natural” y sano, la marca Callipo ha ingresado un producto que corresponde a esta, filetes de atún al natural en agua de mar. Este producto permite reducir la ingesta de sodio en un 30%.

Sostenibilidad

La tendencia general es la de pasar de los productos básicos a los de mayor valor, con una atención cada vez mayor, también y sobre todo, a productos eco-sostenibles con menor desperdicio de aceite. De hecho, el atún estándar se está ralentizando frente a referencias que no requieren goteo o pesca sostenible (con caña o con certificación MSC).

El valor de la sostenibilidad está jugando un rol importantísimo en la industria para el desarrollo de nuevos productos como son los envases 100% reciclables y anti-desperdicio (como alimentos listos para usar y sin generar desperdicio). Cada vez son más las empresas del sector que recurren a las certificaciones MSC para la pesca sostenible y desde el punto de vista del mercado, por ejemplo, la tendencia del atún con caña es significativa, en fuerte crecimiento aunque representa un nicho. Es difícil registrar una remodelación de los espacios dedicados a la categoría en términos de aumento en metros lineales. Se está produciendo un cambio con la inclusión de productos sostenibles (hacia los que cada vez más se dirigen las grandes marcas) y productos más innovadores que le quitan exposición y por tanto al mercado de las referencias tradicionales.

Como ejemplo de sostenibilidad, la marca Despar ha decidido proponer dos variedades de atún; atún aleta amarilla y barrilete. De esta forma limitan el impacto en especies individuales utilizando solo atún en la edad adulta y procedentes de zonas de la FAO que no están sobreexplotadas.

Como se mencionó anteriormente, el precio sigue siendo decisivo en la elección, incluso si la pesca sostenible (Dolphin Safe, MSC, etc.) es un discriminante positivo, pero ciertamente no es el factor que puede cambiar las ventas del producto en cuestión.

Segmento Premium

El surtido básico se estructura en función de la segmentación de productos y la exposición por marca. Sin embargo, se trata de productos que, aunque aparentemente sencillos, tienen diferentes características que permiten crear profundidad: el formato, el tipo de envasado, el origen de la materia prima y el lugar de elaboración, el líquido conservante (aceite de oliva o virgen extra, aceite de oliva, natural, etc.), las especies de pescado utilizadas. En términos generales, la pantalla se está moviendo más hacia productos premium que hacia el rango medio-bajo en un intento de mejorar el estante.

Se registró un crecimiento para algunos segmentos premium como los filetes en tarro de cristal y el atún en aceite de oliva virgen extra, especialmente ecológico, y productos que aportan valor a la estantería como las anchoas de Cetara o Cantábrico. Además, se ha visto un incremento en las conservas que vienen con especies exóticas como son la guindilla, jengibre o limón.

La mayoría de empresas ha lanzado una gama premium que por lo general se adapta con filetes de atún en aceite de oliva virgen extra ecológico y algunas añaden sal integral en tarro de cristal de 150 gramos.

Ver más: <https://www.andriaviva.it/notizie/scende-consumo-di-pesce-azzurro-da-alici-10-a-15-sgombri/>

Efecto lockdown

De acuerdo con el ANSA, las conservas de caballa, sardinas y anchoas en el 2019 sumaron un facturado de cerca de 380 millones por un valor total de todas las conservas íticas de 1.7 mil millones. En los primeros 5 meses del 2020 la venta por volumen total de las conservas íticas aumentaron a un total de 41.452 toneladas, con un incremento que se mantiene en 2 cifras para todos los tipos de conservas del sector.

Durante la inmovilización aumentó el consumo de atún en caja. Según la investigación “el consumo de atún en caja durante el lockdown” (Associazione Conservieri Ittici e delle Tonnare), un italiano de cada 2 incrementó su consumo durante los meses de lockdown, eligiéndolo por su capacidad de conservarse a largo plazo y la facilidad de conserva (78%), por su accesibilidad (47%), porque es un sustituto del pescado fresco (44%) y es un alimento gratificante (38%). Al inicio de la pandemia, más específico durante la primera semana de la inmovilización, el consumo de atún en latas aumentó en el 33,6%. Este comportamiento ha sido replicado para el caso de otras conservas de pescado.

Según el mismo estudio, entre quienes normalmente consumen atún en conserva, el 64% declara comprar también la caballa (59% son personas jóvenes), le siguen las anchoas (54%) y por último el salmón (50%). Durante los 5 primeros meses del 2020 en total se consumieron 2586 toneladas de caballa en conserva. Ver más:

https://www.ansa.it/canale_terraegusto/notizie/dal_mare/2020/06/24/tonno-in-scatola-nel-2019-valore-di-mercato-di-1.32-miliardi_bfd9ddde-83cc-4050-936c-5397e68254cf.html

4.5 Desafíos del mercado

El principal desafío es la competencia que representa el atún, producto que Italia produce y que de hecho ocupa el segundo lugar en producción en la Unión Europea. El mercado italiano está habituado a elegir el atún por encima de otras conservas de pescados, de hecho, el 70% de consumidores tiene este comportamiento. Además, según el ANCIT (Asociación empresarial del sector de pescados en Italia), el atún representa también el 70% del volumen de la producción italiana de conservas en lata por lo cual se vuelve difícil convertir la caballa en un verdadero sustituto.

La mayoría de caballa proviene de terceros países, a pesar de que los precios son similares a los del atún, no hay tanta diversidad en marcas y no queda mucho margen para los productores. Cuando se compara a la caballa con otras conservas importadas como lo son las anchoas, los precios son relativamente bajos pero aún así no alcanzan a superar aquella demanda que existe por el atún.

Un factor muy importante que afecta la demanda de caballa es la sostenibilidad. El mercado italiano está empezando a prestar mayor atención a las prácticas sostenibles en las conservas desde el método de la pesca sostenible hasta el material de los envases y los desperdicios que las conservas generan como son el aceite que se termina tirando a la basura. Esto podría tener un impacto importante en el precio de venta de las conservas.

De hecho en el 2019 el consumo de caballa disminuyó en 15%, mientras que en el mismo año crecía la demanda de pulpo (28,6%) y almejas (25,6%). Esto se debía principalmente a los efectos que estaba causando el cambio de comportamiento y el estilo de vida de los consumidores quienes preferían un pescado que no debiese limpiarse.

El pescado representa el 6to producto más comprado por las familias en Italia quienes en el 2018 gastaban un promedio de €488. En Italia, casi el 80% de pescado proviene de países terceros sobretodo por que no es obligatorio colocar el lugar de origen del producto.

El sector del pescado transformado en Italia es un sector maduro, en el cual las empresas utilizan una estrategia competitiva en base a la reducción de costos y diferenciación con la comunicación del producto, haciendo referencia a las tendencias ya descritas anteriormente. Para reducir los precios, las empresas importan y deslocalizan algunas fases de la cadena productiva.

5. Estacionalidad de la producción local

Según ADOC (Asociación de defensa y orientación al consumidor), la caballa se encuentra en los supermercados durante todo el año, pero la producción italiana se da entre los meses de diciembre y enero. Sin embargo, se debe recalcar que Italia no es un gran productor de caballa por lo que generalmente esta se importa.

Es importante mencionar que el abastecimiento nacional de productos pesqueros italianos no alcanza ni el 25%, es por ello que existe una gran dependencia exterior de estos productos lo cual se demuestra con el saldo negativo de la balanza comercial del sector.

6. Principales puntos de ingreso del producto al mercado

Las exportaciones peruanas de caballa a Italia usualmente se embarcan en el puerto de Paita, mientras que los puertos de ingreso bajo la partida que se viene analizando son principalmente Vado Liguria y el Puerto de Ravenna.

7. Descripción de la cadena de distribución y comercialización del producto en el mercado

La exportación de conservas de pescado se realiza en su mayoría por vía marítima, de hecho, las exportaciones peruanas a Italia, son a través de este medio en su totalidad. En los últimos años, la cadena de suministro de Italia se ha convertido en una base cada vez más directa.

En el análisis de las cadenas de suministros se pudo observar que actualmente los productos pesqueros en conserva son vendidos a través de las GDO (Gran Distribución organizada). De hecho este es el canal más utilizado en el mercado italiano ya que aproximadamente el 90% de los productos se venden a través de este canal. La marca del distribuidor cumple un rol bastante importante en la aceptación por parte del mercado italiano ya que este llega a alcanzar una cuota de aproximadamente 19%. Si se observa el segmento de tiendas por descuento, la distribución está concentrada entre CONAD, Selex y Esselunga. Sin embargo, las marcas tienden a variar de región en región.

La importación de caballa entonces sigue el proceso que se da en la siguiente gráfica. Pesquero (productor/exportador) → importador → supermercados y minoristas

Ilustración 1. Cadena de comercialización



8. Criterios de los actores claves de los canales de distribución y comercialización para la selección de proveedores

- Precio: Los importadores y distribuidores tienden a basarse en el precio del producto para la selección de proveedores.

- Facilidad de transporte: El transporte también es tomado en consideración por los costos en los que se incurren.
- Sostenibilidad: En la actualidad las prácticas sostenibles vienen ganado terreno en la selección de proveedores ya que se viene incrementando la demanda por este tipo de productos.

9. Presencia de la oferta peruana en el mercado

Actualmente la caballa peruana se encuentra en la mayoría de los supermercados durante todo el año, aunque no en gran abundancia. Non obstante el país de origen no se especifica en el envase para el consumidor final.

10. Actividades de promoción idóneas para promover el producto.

Tuttofood: Es una feria internacional para los profesionales que operan en el sector de alimentos. La edición de este año será del 22-26 de octubre en la ciudad de Milán, Italia.

Interpoma: Es una feria en Bolzano cuya edición 2021 tendrá lugar del 4-6 de noviembre. Participan empresas italianas e internacionales de los sectores pesca, agricultura y alimentos.

Sana: Es una exhibición internacional para productos orgánicos y naturales que tiene lugar en Bologna. Este año será del 9-12 de setiembre

Cibus: Es una feria internacional en la ciudad de Parma dedicada a los alimentos de diversos sectores. Este año tendrá lugar del 31 de agosto al 3 de setiembre.

Sealogy: Es un evento dedicado al mar y a sus recursos con énfasis en la comida marina, pero abierto también a otros sectores como turismo y biotecnología. Por lo general se desarrolla en el mes de marzo en la ciudad de Ferrara.

11. Conclusiones y recomendaciones

El consumo de conservas de pescado ha incrementado debido a las modificaciones producidas en el comportamiento y por ende el carrito de compras de los italianos. El covid y las restricciones impuestas han influido en una mayor proporción del presupuesto familiar a gastos en alimentación, en especial en alimentos considerados saludables y que pueden conservarse por una mayor cantidad de tiempo. Asimismo, según datos recientes se produjo un incremento en el consumo de conservas Premium.





En Italia no existe la obligación de colocar el país de origen en la etiqueta por lo que el tan llamado "Made in Italy" no hace la misma competencia que en otros sectores. Si bien Italia produce y consume atún, la caballa está empezando a ser elegida como alternativa a este pescado. Esta se puede encontrar en todos los supermercados a un precio muy accesible. Actualmente, el mercado italiano comienza a prestar especial atención a los elementos sostenibles y a pesar de que estos aún no se han convertido en factores decisivos, se espera que lo hagan en un corto plazo. Es por ello, que aún existen posibilidades de mejora en el sector y se sugiere a los exportadores peruanos a innovar con tendencias sostenibles como la cantidad de desperdicio, el envase, etc. Para los importadores, mayor factor de decisión es el precio ya que actualmente hay mucha competencia en este sector. En ese sentido, se alienta a los exportadores a mantener el precio/calidad por debajo del promedio como lo han venido haciendo (se incrementaron las exportaciones de caballa peruana a Italia).

Es importante mencionar que en la actualidad la mayoría de supermercados comercializa conservas de caballa de las mismas marcas por lo que la concentración es alta y son estas marcas las que dirigen las nuevas tendencias. Es interesante para la oferta exportable peruana ver las variaciones que se pueden hacer para llegar a un segmento Premium ya que son quienes están mostrando un incremento en sus ventas pues presentan diversas innovaciones. Sería interesante poder innovar con especias peruanas como lo vienen haciendo marcas italianas con peperoncino (ají limo). Las innovaciones deben estar adaptadas al paladar italiano que por lo general tiende a elegir pocos sabores. Se podría iniciar con especias como el jengibre, sal de maras y ají. Si bien contar con certificados que demuestren la sostenibilidad en la actualidad no incrementará el precio del producto, si es posible que incremente la elección de ese producto entre los consumidores. Además, puede ser una inversión/estrategia que en largo plazo si hará una diferencia (incluso llegar a convencer a los consumidores de pagar un premio por un producto que demuestre ser sostenible como ha venido pasando en otros sectores). Además, se alienta a observar las posibilidades que ofrecen los canales digitales tanto en e-commerce como en sostenibilidad ya que muchas de las importadoras más grandes han comenzado a utilizar estrategias digitales para llegar al consumidor final.

Finalmente, se debe estudiar una estrategia para facilitar la exportación directa a Italia que reemplace las importaciones que se dan a través de España u otros países intermediarios de la unión europea que importan de países extra-comunitarios. Sería interesante además promocionar Perú como lugar de inversión ya que en Italia existen diversas plantas de procesamiento de pescado que podrían instalarse en Perú como lo han hecho Ecuador.

Con todo lo dicho anteriormente, las perspectivas del sector son bastante positivas ya que se ve un potencial incremento de la caballa en la demanda interna y una rentabilidad en el sector. Cabe recalcar que aún existe un margen de mejora el cual incluye adaptarse a las nuevas tendencias, cubrir otros segmentos para poder incrementar el valor añadido al producto final y explorar las oportunidades digitales que ofrece el segmento. N°01

Anexo N°01: Precios de referencia en los diferentes canales según origen del producto

Punto de venta	Unidad (Caja, Kg, otro)	Precio (US\$)	Origen del producto	Fecha de toma de información	Características o presentación	Foto
Bennet	125 gr	1.99	Perú	3.06.21	Delicious Filete de caballa al natural	
Carrefour	125gr	1.65	Marruecos	14.06.19	Carrefour Filete de caballa al natural	
Bennet	120gr	2.49	Francia	14.06.19	Rio Filete a la parrilla de caballa	
Carrefour	90gr	2.19	Ecuador	14.06.19	Rizzoli Filete de caballa picante	
Conad	90gr	1.55	Portugal	14.06.19	Filete de caballa al natural	