



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

Comisión de Promoción del
Perú para la Exportación y
el Turismo—PROMPERÚ

Oficina Económico Comercial del Perú en
Milán

“Decenio de la Igualdad de Oportunidades para mujeres y hombres”
“Año del Bicentenario del Perú: 200 años de Independencia”

OFICINA COMERCIAL DEL PERÚ EN ITALIA

FICHA MERCADO PRODUCTO FRUTA CONGELADA - ITALIA

1. Nomenclatura arancelaria

Partida Arancelaria: 08119011 - Frutas y demás partes comestibles de plantas, preparados o conservados

2. Denominación o nombre comercial en el país de destino

Fruta congelada, conservada o preparada: Frutta surgelata, conservata o preparata
Pulpa de fruta: Polpa di frutta, puree di frutta

3. Requisitos de acceso al mercado (aranceles, requisitos sanitarios y fitosanitarios, certificaciones, otros)

a) Impuestos

Arancel: 0%

Impuesto al Valor Agregado, IVA: 22%

b) Requisitos

La pulpa de fruta debe cumplir con los requisitos alimentarios de la Unión Europea. Se deben respetar los límites máximos de pesticidas en especial del thiabendazol. Los alimentos deben poder ser trazables durante toda la cadena de producción. Para poder lograr esto se tiene que implementar el HACCP (Hazard Analysis of Critical Control Points)

La composición y la calidad de la pulpa o néctar es especificada por la directiva europea de jugos de fruta. En cuanto a los controles de laboratorios de pulpa tropical, los problemas más comunes se deben a la no declaración de azúcares o ácidos cítricos. La comisión de regulación N.O 1881/2006 ha impuesto un máximo de niveles de contaminantes para los alimentos. Las más comunes están relacionadas a los contaminantes microbiológicos, micotoxinas y residuos de pesticidas.

La cantidad de aditivos que pueden ser utilizadas se encuentran en el Anexo II de la regulación de los aditivos para alimentos. En otros anexos de la regulación se encuentran las cantidades de colorante, saborizantes y enzimas que pueden ser utilizados.

La certificación de seguridad de alimentos es requerida y se adapta a la IFS, FSSC22000 y BRC.

Para más información consultar la página web de CBI de la Unión Europea:
<https://www.cbi.eu/market-information/processed-fruit-vegetables-edible-nuts/buyer-requirements>

Respecto de las normas de etiquetado se deben cumplir los requisitos generales de etiquetado de la Unión Europea para los néctares y jugos, Los alérgenos deben ser mencionados en la etiqueta y de preferencia deben ser resaltados. Un alérgeno que



generalmente debe ir en la etiqueta es el dióxido de sulfuro. El máximo nivel permitido de dióxido de sulfuro es de 10mg/kg en términos del total S02.

El reglamento CLP (para «Clasificación, etiquetado y embalaje»), CE 1272/2008, se basa en el Sistema General Armonizado (GHS) y define los varios requisitos que deben respetarse para el etiquetado en el embalaje de los productos. Establece también que se debe informar a los consumidores del nivel de peligrosidad y las recomendaciones de uso del producto.

- La etiqueta debe incluir la siguiente información para asegurar la trazabilidad de los distintos lotes:
 - Nombre del producto,
 - Código de identificación,
 - País de origen,
 - Nombre y dirección del exportador,
 - Fecha de producción,
 - Fecha de expiración,
 - Peso neto en kilogramos,
 - Sugerencia de almacenamiento,
 - En caso sea un producto orgánico se debe colocar el número de certificación.

En lo que respecta al sector de pulpas y frutas congeladas existen restricciones en el ingreso de frutas específicamente en Italia, de hecho, se debe cumplir con un trámite de registro de la empresa-planta autorizada de exportar en Italia el producto. En este sentido, existe un elenco específico de que empresas cuentan con dicha autorización para exportar a Italia (http://www.salute.gov.it/imgs/C_17_pagineAree_1154_2_file.pdf). Las empresas que desean obtener la autorización para exportar pulpas o frutas congeladas deben contactar al Ministerio de Salud de Italia (para mayor información: http://www.salute.gov.it/portale/temi/p2_6.jsp?lingua=italiano&id=1154&area=sicurezzaAlimentare&menu=controlli)

4. Tendencias del mercado

Importación y Exportación:

Italia es el consumidor número 1 de helados en el mundo y tiene a más de 10 mil heladerías especializadas y más de 29000 bares que también funcionan como heladerías operando. Se estima que la industria tiene un crecimiento anual del 10%. La industria heladera tiene un impacto enorme en el sector agroalimentario. Adquiere cerca de 240 mil toneladas de leche, 70 mil toneladas de azúcar, 23 mil toneladas de fruta fresca y 32 mil toneladas de otros productos. Pero Italia también es el líder mundial en cuanto a los ingredientes semielaborados con 65 empresas que facturan un aproximado de 1,8 miles de millones de euros, de los cuales 800 millones son solo de la industria heladera con un incremento actual que llega al 60%. Dentro de esto se encuentran los concentrados de fruta, las nueces, pistacho, etc. La industria del helado actualmente factura 3 mil millones de euros según SIGEP.

Según Trademap, Italia importó más de USD 70 millones de pulpa de fruta (partida arancelaria 08119011 Frutas y demás partes comestibles de plantas, preparados o



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

Comisión de Promoción del
Perú para la Exportación y
el Turismo—PROMPERÚ

Oficina Económico Comercial del Perú en
Milán

conservados) un valor bastante importante, aunque casi el mismo comparado con el valor de importaciones de pulpa de fruta del 2018. www.trademap.com

La mayor parte de importaciones de fruta congelada proviene de Holanda (13%), Chipre, (10%), Portugal (9%), Rumania (8%) y Bulgaria (7%). En el top 20 de importadores se encuentra países como Turquía, China e Israel. Desde el 2016, La tendencia de crecimiento siempre ha sido positiva con una tasa anual promedio del 10,5% en el periodo 2016-2017 de hecho hubo un incremento del 18% en importaciones. Sin embargo, en el periodo 2018-2019 el crecimiento fue muy pequeño. En el 2019 Perú se encontraba dentro de los 40 primeros exportadores. Sin embargo, desde el 2016 las importaciones italianas de Perú han ido decreciendo con una tasa anual del 30%. Durante el 2019 solo se exportaron USD 97 mil mientras que en el 2016 se exportaron USD 214 mil, un valor mucho mas alto que aun así solo equivalía al 0,4% de importaciones.

La industria de la pulpa de fruta en Italia no es de las más desarrolladas en Europa. De hecho, países como Alemania, Holanda, Francia y España tienden a importar y consumir más de esta industria. Las importaciones de esta clase de alimentos generalmente se hacen de productos que no se encuentran o no se producen fácilmente en sus territorios, especialmente en el caso de Italia con el boom del Made in Italy. De hecho, la razón por las que estos mercados están mas desarrollados en esta industria es por la adopción de diferentes tendencias que están muy ligadas a los sabores exóticos y smoothies. Es por esto que la pulpa de fruta que se exporta a Italia es generalmente considerada pulpa de fruta exótica. Italia, a diferencia de los países mencionados, recién está empezando a abrirse a diferentes opciones especialmente en el mundo de los helados.

En el 2019, Italia exportó una cantidad considerable de fruta congelada (USD 71 millones) siendo los principales países a los que exportó países de la Unión Europea como son Francia (34,3%), Austria (14,8%), Suiza (10,5%) y Alemania (9,6%). Comparando con años anteriores las exportaciones desde el 2016 hasta el 2018 habían tenido una tendencia positiva anual aproximada del 9%. Sin embargo, el último año las exportaciones decrecieron en el 3%. Para mayor información visitar www.trademap.com

Al igual que en otros lugares europeos, Italia tiene una influencia de las tendencias internacionales especialmente lideradas por lo *millennials* y los de la generación Z. El mercado de la pulpa de fruta para las heladerías y pastelerías ya de por si es bastante grande, pero es posible que gracias a estas generaciones se impulse el consumo de la pulpa de fruta exótica en helados, pero también como tal debido a sus propiedades nutritivas.

La pandemia ha tenido un impacto bastante fuerte en toda la industria heladera artesanal. Se estima que hasta la fecha la producción ha caído en el 20% repercutiendo también en los insumos que se utilizan para hacer estos. Sin embargo, la situación del *lockdown* ha influido en el crecimiento de la pulpa de fruta adquirida como tal en supermercados y mercados.

En este contexto, la pulpa de fruta tanto exótica como convencional está empezando a ser más difundida en Italia. La pulpa que proviene de otros continentes está adquiriendo una mayor presencia en el mercado debido a sus propiedades, certificados biológicos y a las nuevas tendencias.

Características de consumo

Como se mencionó, Italia es el mayor consumidor de helados en el mundo seguido por Alemania y Francia. Según investigaciones, cada individuo en Italia consume de 7 a 8

kilos de helado (artesanal y confeccionado) al año (Coldiretti, 2019). De los italianos, el 94% señaló una preferencia por los helados artesanales según el reporte de la FIPE 2019. Actualmente en Italia son 39,000 heladerías independientes con más de 100,000 trabajadores en este sector.

Los helados siempre han sido consumidos en Italia en cualquier momento del año y por alrededor del 95% de la población. Aunque haya tanta variedad de sabores casi siempre los italianos eligen el mismo sabor (70%). De hecho, los más comunes en el gusto del italiano son el de chocolate (21,8%), el de avellana (20,2%) y el de pistacho (13,3%). Le siguen el de fresas y el de limón. Entre la preferencia por cono o vaso, gana el primero con la elección de 7 sobre 10 consumidores. Más del 65% de los consumidores eligen también en envase de un litro para llevar. Entre los sabores de crema y los de fruta el 44% prefiere los de crema y el 14,1% los de fruta. Según varios reportes, la mayoría prefiere consumirlo por las tardes. De hecho, según datos de una entrevista hecha a la Fipe – Federazione Italiana Pubblici Esercizi e Sigep- el 81,8% consume helado como un snack por las tardes mientras que el 66% prefiere consumirlo después de la cena. El 22,3% lo elige como alternativa al almuerzo y el 24,9% lo consume en vez de la cena. Solamente el 16% de los entrevistados se deja tentar en las primeras horas del día.

Generalmente, los italianos consumen helados en heladerías puras (no en pastelerías ni en café bares). El 62% explica que tienen una heladería a la que le son leales o una heladería favorita, pero en el caso de querer probar otra, la elegirán por “*Word of mouth*”. Un pequeño porcentaje indicó que probarían una gracias a las redes sociales, especialmente si de alguna forma pueden ver la calidad de la materia prima. Es importante resaltar que el 34,2% presta particular atención a los ingredientes y tienen en cuenta alergias e intolerancias. De los entrevistados el 5,8% dijo no consumir helados. De este porcentaje, el 31,1% indicó que no los consumía porque en general no consumen dulces, el 28,4% dijo que no le gustaba este tipo de alimentos y el 26,5% dijo que prefería el helado industrial. El 8,4% indicó que sufrían de alguna clase de intolerancia o alergias que limitaban el consumo del alimento.

Debido a la alta preferencia de los helados artesanales se realizó una investigación acerca de que es lo que significa artesanal para los italianos. Para el 80% de los italianos, se considera artesanal si es que el producto ha sido hecho con productos de materia prima y fresca, Para el 65,8% se considera artesanal si es que ha sido hecho dentro de la misma heladería. En resumen, para el italiano el helado artesanal es visto como un producto de materia prima de alta calidad, donde la definición artesanal es percibida en todos sus componentes. La calidad de los ingredientes que componen el helado artesanal es el principal requisito para los consumidores, seguido de la cremosidad (62,2%) y del aroma (48,4%).

Entre las motivaciones que favorecen la preferencia de un helado, están el buen sabor de la materia prima (96%) y la sensación de fresco (83%). Italia, es uno de los países que más consume productos para el bienestar.

Los drivers principales para el consumo de helados son de aspecto social. Para el 81,2% de los italianos el principal driver es el consumo de helados como ocasión para hacer una pausa. El 77,4% lo consideran como un postre ideal para ofrecer cuando tienen invitados. Mientras que el 35,8% declara que eligen consumir un helado en alternativa a un plato principal. Alrededor del 55% eligen un cono o un vaso de tamaño medio (3 sabores).

El lugar de preferencia del mercado italiano para el consumo de helados, son las heladerías especializadas independientes con el 95,7% de las preferencias. Una elección que esta ligada a diversos factores, en particular para el 42,6% la presencia de un

**PERÚ**Ministerio
de Comercio Exterior
y TurismoComisión de Promoción del
Perú para la Exportación y
el Turismo—PROMPERÚOficina Económico Comercial del Perú en
Milán

laboratorio de producción en la misma heladería influencia la elección de la heladería. Los principales canales en los cuales los consumidores se fían son “*Word of mouth*”, redes sociales, Tripadvisor y Google Reviews.

El mercado italiano de la pulpa de fruta está influenciado por factores principales que impulsan la demanda como por ejemplo el creciente interés en el consumo orgánico y biológico especialmente en el sector alimentario. Además, cada vez mas personas toman conciencia sobre el desperdicio de alimentos que se malogran fácilmente a causa de no ser consumidos y esto genera una atracción hacia los productos congelados. Italia es uno de los países caracterizados por tener una cultura bastante orientada a lo natural y al cuidado del medio ambiente. De hecho, en el ultimo año ha habido un incremento del 11% en ventas de productos biológicos incluso con el *lockdown*. En la industria heladera se ha ido viendo el impacto de esta tendencia en productos y marcas que tienen sus propias líneas de helado Bio y en el incremento de heladerías que ofrecen helados veganos.

Estos factores influyen directamente en la demanda de los ingredientes que cumplen con estas propiedades “naturales”, “veganos” “orgánicas”. Los consumidores de estos productos, que antes enfrentaban precios bastante más altos, ahora ya no lo hacen por la normalización de la venta de estos.

Precio y gastos medio

En estudio realizados en el 2019 por el Osservatorio Sistema Gelato se encontró que una familia gasta aproximadamente 70 euros anuales en helados artesanales.

Perfil del consumidor

El consumidor de helado si bien puede ser bastante generalizado, puede ser categorizado en 2 grupos. Aquellos que consumen helado fuera de casa y los que consumen helados industriales. Aunque el 18,1% de italianos consumen solo helados artesanales, el 81,9% consume cualquiera de los dos tipos. Para el primer tipo de helado, la data muestra que se consume mayormente durante los meses de verano y son los hombres mayores a 64 años tanto en el norte como en el sur los que tienden a consumir exclusivamente este tipo de helado. Este es considerado un helado artesanal y es el preferido por los italianos. Las madres juegan un rol importante porque durante los meses de con clima cálido llevan a sus hijos al menos una vez por semana (62%). Se estima que una persona consume aproximadamente 20 porciones de helado durante el verano fuera de casa. De acuerdo con el mismo reporte, se indica que 4 de cada 10 personas también consume helados fuera de casa durante el invierno. En cuanto a los helados industriales el sector que opta por este producto es el sector joven de 15-35 años generalmente del sector B o C.

Considerando los helados en general, ya sean artesanales o industriales. no hay diferencia en el sexo del perfil del consumidor ya que tanto hombres como mujeres lo consumen. El 36% lo consume de una a dos veces por semana y el 16% llega a consumirlo de 3 a 4 veces a la semana. El 11% en cambio, lo consume todos los días según una investigación realizada por DOXA. Se dice que el helado es democrático y es que es tan accesible para todos que tampoco hay una diferencia marcada entre los sectores que lo consumen. Las personas que consumen helados no pertenecen a un sector demográfico especial ni son limitadas por la edad. Sin embargo, en cuanto a la frecuencia de consumo, se demostró que los jóvenes consumen helado con mas frecuencia especialmente como forma de socialización. Debemos recalcar que una de las tendencias mas fuertes son las de los helados Bio y veganos (sin huevos y sin leche) y una vez mas estos son mas consumidos en su mayoría por los jóvenes.



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

Comisión de Promoción del
Perú para la Exportación y
el Turismo—PROMPERÚ

Oficina Económico Comercial del Perú en
Milán

Actualmente el posicionamiento de la industria de pulpa de frutas es bastante general ya que se usa mayormente en heladerías y pastelerías siendo parte de la red HORECA. Cuando, en cambio, hablamos de la pulpa de fruta en supermercados, es mayormente consumida por personas jóvenes que están más pendientes de los productos Bio, del desperdicio de alimentos y de las nuevas tendencias.

Los italianos tienden a consumir pulpa de fruta principalmente en la industria heladera pero también se consume en la pastelería y en supermercados. En estos últimos se encuentran en jugos, congelados o incluso en cervezas. El perfil de este consumidor se identifica por buscar lo saludable. Por lo general los jugos de pulpa de fruta van acompañados de proteínas y los *bowls* se usan como *smoothie bowls*. Entre los que más consumen este tipo de productos son jóvenes. El consumo de pulpa de fruta como tal comprada en los supermercados viene teniendo una tendencia de crecimiento positiva en los últimos años especialmente por dos razones. Una de ellas tiene que ver con la ayuda de la reducción del desperdicio de comida y la otra por la facilidad y los atributos saludables que estas pueden tener. Se proyectaba que del 2018-2028 creciera un aproximado anual del 5%. Sin embargo, con el COVID-19 el crecimiento viene desarrollándose de una forma mucho más rápida y de hecho este año tuvo un incremento en los 4 primeros meses de aproximadamente del 2,5% según el reporte de IIAS.

De la tradición a lo nuevo

Con un incremento en los ingresos y un incremento en el conocimiento de lo orgánico, los consumidores están prestando más atención a las tendencias internacionales, que sugieren elementos BIO y orgánicos. Además, incluyen ingredientes que provienen de un origen específico y están más abiertos a experimentar con nuevos sabores. Desde hace algunos años se viene desarrollando la tendencia de los helados veganos con una oferta creciente de 28%. Asimismo, los helados gluten-free y "light" están cada vez más presentes en el mercado italiano. Los elementos tradicionales, sin embargo, siguen siendo importantes en la decisión de los italianos. Sobre todo, la calidad de los ingredientes y que sea un producto artesanal continúan influyendo en la decisión de adquisición. Estas tendencias están tan presentes que un año la cantidad de heladerías que le dieron un twist adoptando alguna de las nuevas tendencias pasaron de 150 a 1000. Es importante enfatizar que las tendencias sobre todo en esta industria son marcadas por la generación Z a pesar de que las generaciones anteriores cumplan un rol importante en el consumo de productos.

<https://www.euromonitor.com>

La pulpa de fruta en pastelerías y supermercados

La pulpa de fruta viene siendo utilizada también en pastelerías. De hecho, según el Osservatorio Sigep di leg-Italian Exhibition Group, el verano 2020 en las pastelerías puede ser resumido como "fruta". Se espera que en el 2021 el uso de la pulpa de fruta en pastelería tenga más presencia y sea acompañada de hierbas aromáticas y otros productos biológicos. En cuanto a los supermercados, los productos congelados vienen siendo utilizados de diversas formas. Entre ellas surgió hace unos años los *smoothie bowls* tendencia que se adoptó principalmente con el acai. Un *smoothie bowl* es básicamente una comida saludable, natural y (por lo general) bio en la cual se utiliza pulpa de fruta congelada y se le agregan cereales o frutos secos. Con la pandemia y el *lockdown*, las cosas hechas en casa empezaron a tomar más importancia en la vida cotidiana de los italianos. De hecho, empezó a haber un crecimiento en el trend de las cosas *homemade* haciendo que los *smoothie bowls* continúen estando en tendencia.



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

Comisión de Promoción del
Perú para la Exportación y
el Turismo—PROMPERÚ

Oficina Económico Comercial del Perú en
Milán

En general en Italia, el consumo de helados es parte de la dieta del italiano. El hecho de adoptar nuevas tendencias que se inclinan a productos más naturales se viene dando no solo en esta industria, pero en la mayoría de aquellas relacionadas con alimentos o belleza. Aunque, actualmente, no todos optan por este tipo de helados, cada vez se vuelve más importante por la extensión masiva de estas tendencias.

COVID-19

En el mercado Post-Covid se está viendo la adopción de una tendencia bastante importante especialmente para el mercado de frutas BIO. El consumo durante el *lockdown* ha visto un incremento en este sector y continuará viéndolo. El nuevo consumidor buscar que los productos que ahora compra sean seguros, higiénicos y en lo posible que cuenten con un certificado Bio. El consumidor durante el *lockdown* gasta más en las compras del supermercado, pero se espera que en la vuelta a normalidad retorne a su nivel o aumento un poco debido a la tendencia *homemade*.

Esta propuesta está creando aperturas hacia importantes cambios en el comportamiento del consumo pulpa de frutas. En la cultura italiana se están adoptando elementos que han surgido a causa del COVID-19 a la vida cotidiana. Asimismo, está creando una apertura a la innovación en la industria heladera y panadera.

Helados exóticos

Es la tendencia que marca el uso de alimentos “extravagantes” para la producción de helados. Ejemplo de esto son los helados de queso gorgonzola, “cacio e pepe” (plato típico italiano), ricota, mezclado con ingredientes dulces como chocolate amargo, mermelada o nueces. Chefs reconocidos como Paolo Brunelli y Dario Rossi, están incorporando cada vez más fusiones en sus cartas de helados. Asimismo, hay una tendencia del uso de aceites esenciales en la preparación de los helados para aromatizar los sabores y cambiar lo tradicional. Aunque, en la actualidad todos los elementos de esta tendencia se desarrollan con productos italiano, se demuestra que el mercado está dispuesto a experimentar con nuevos sabores. Entre los nuevos sabores se han empezado a usar bebidas alcohólicas como el ron, vodka, limoncello en sorbeto o granitas (cremoladas o raspadillas) con una mezcla de frutas entre ellas tropicales, una tendencia que marco bastante el verano del 2019.

BIO y VEGANO

El mercado italiano de productos Bio está valorizado en alrededor de 1 mil millones de euros. Los productos Bio han ido incrementando en el último año. Actualmente, los helados biológicos y la pulpa de fruta como tal biológica son vendidos en tiendas de conveniencia, heladerías, café bares, supermercados como Esselunga, Carrefour, Lidl y en tiendas orgánicas especializadas como NaturaSi y Bio ce Bon. Se debe enfatizar que los GDO (Grande Distribución Organizada) cumplen un rol importante en la distribución de estos ya que en los últimos 10 años han triplicado lo facturado en relación a la venta de alimentos y bebidas biológicas (+217%). Es, sin embargo, indispensable mencionar que en la actualidad casi todos los helados confeccionados tienen sus propias líneas Bio y muchas de las heladerías artesanales tienen también helados Bio. En los últimos años se ha visto el incremento de las heladerías KM 0, con productos del territorio italiano y con una oferta vegana en crecimiento del 28%. Al mismo tiempo se ha podido ver el incremento de la selección de helados sin leche ni derivados, gluten-free y light. Por lo general los consumidores buscan en helados BIO, helados a base de fruta pero con alguna novedad como por ejemplo leche de almendras o de macadamia, helados de moringa o spirulina e incluso helados aromatizados de té verde o karkade.



Según la investigación de Euromonitor International en estilo de vida de los italianos en el 2019, los consumidores italianos están mostrando un mayor interés en los alimentos orgánicos. Esto queda demostrado en el valor de incremento de los operadores en el periodo 2010-2018 en el 69% consolidándose así el número de compañías biológicas en 79000 (SINAB 2019) y siendo el país con mayor cantidad de operadoras que cuentan con un certificado BIO. Durante el *lockdown* se dio un incremento de adquisición de los productos biológicos del 11%. Los italianos continúan a elegir en lo biológico la fruta (+2,1%) y los huevos (+9,7%). En un estudio realizado por Supermercato24 en el último año, la canasta biológica de los italianos ha aumentado en un 50% en una base anual. En primer lugar, están las frutas y las verduras, seguidas por los huevos, el yogur, la leche y las bebidas de frutas.

Según el Osservatorio SANA, los consumidores base BIO que en el 2012 eran el 53% (considerando en esta categoría, cualquier persona que compró un producto BIO al menos una vez en el año) aumentaron al 86%. De hecho, según IXE, 2 de cada 3 italianos adquieren productos alimenticios Bio regularmente. Es importante añadir que al igual que en otros países de la Unión Europea, en Italia los *millennials* y la generación Z también demuestran un interés mayor en los productos Bio, “verdes” y *ecofriendly*.

Italia es uno de los países que más importa productos BIO. En los últimos años han aumentado incluso las importaciones de productos BIO de países terceros (extracomunitarios) con un incremento del 13,1%.

Importadores de pulpa de frutas exóticas

McGarlet: McGarlet es una importadora de frutas exóticas de diferentes partes del mundo. Importa variedad de pulpa de frutas de América y Asia. Además, cuenta con certificados BIO

<https://www.mcgarlet.it/en/>

Fruteiro: Fruteiro es una importadora y distribuidora exclusivamente de pulpa de frutas de Brasil. Actualmente cuenta con un portafolio bastante amplio de frutas brasileras.

<https://www.fruteiro.it>

Importadores de pulpa de fruta

Asiago: Es una importadora y distribuidora de fruta congelada en Italia. Entre sus productos ofrece palta, mango y berries. Distribuye a grandes supermercados como Pam, Esselunga, Carrefour

<http://www.asiagofood.it/>

Frulla: Frulla es una importadora y productora de extractos de fruta. Trabaja con frutas tropicales como el plátano, la piña, el mango y se caracteriza por innovar en los sabores.

<https://www.frutta-frullata.com>

Vallfrutta: Vallfrutta pertenece al grupo Conserve Italia que en su mayoría solo cultiva y distribuye productos italianos. Sin embargo, han empezado a importar productos que son imposible de cultivar en suelo italiano como es el caso de la piña o el pomelo.

<https://www.conserveitalia.it>



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

Comisión de Promoción del
Perú para la Exportación y
el Turismo—PROMPERÚ

Oficina Económico Comercial del Perú en
Milán

Nestle: Nestle es uno de los mas grandes importadores y distribuidores de alimentos a nivel global. Su presencia en Italia también es bastante grande y tienen una línea de pulpa de fruta en formato bebible.

<https://www.nestle.it>

Orsero Group: El grupo Orsero es una de los mas grandes importadores y distribuidores en europa de productos provenientes de orto-huertos generalmente en el sector de frutas. Por más de que actualmente se enfoquen en productos frescos, es probable que empiecen a entrar en el mercado de congelados debido al incremento de la demanda.

<https://www.orserogroup.it>

Alma Frutta: Alma frutta es una importadora y distribuidora de fruta fresca, exótica y de productos de estación. Han estado presentes en el mercado italiano por mas de 20 años. Al igual que el grupo Orsero, es probable que en un futuro estén abiertos al mercado de la pulpa de fruta congelada.

<https://www.almafrutta.com/it/>

Gamma Frutta: Gamma Frutta es una importadora y distribuidora italiana de frutas y frutas exóticas. Se encargan también de procesar algunas de estas y exportar a la mayor parte de Europa.

<https://www.gammafrutta.it/en/home-en/>

Conor: Conor es una importadora y distribuidora italiana de frutas convencionales y BIO. En ambas categorías cuenta con un pequeño sector de frutas exóticas. Generalmente son importadas como frutas frescas pero debido al incremento de la demanda por la pulpa podría ser un potencial importador para pulpa de frutas congeladas.

<https://www.conorsrl.it/it-it/import>

Serfruit: Serfruit es una importadora y distribuidora italiana de productos para pastelerías y heladerías. Aunque aun no importa muchas frutas exóticas, podría ser un potencial importador.

<https://www.serfruit.it/it/azienda.aspx>

Leagel: Leagel, al igual que Serfruit, es una importadora y distribuidora italiana de productos para pastelerías y heladerías. No cuenta actualmente con frutas exóticos.

<https://www.leagel.com>

Geldue: Producey distribuye ingredientes para heladerias, bases para helados, pulpa de fruta y aromatizantes.

<http://www.geldue.it>

Fructital: Produce y distribuye bases para helados, pastas saborizantes y pulpa de fruta.

<https://www.fructital.it>

Rogelfrut: Produce y distribuye pulpa de fruta, fruta congelada y productos base para postres y smoothies

<https://rogelfrut.com>



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

Comisión de Promoción del
Perú para la Exportación y
el Turismo—PROMPERÚ

Oficina Económico Comercial del Perú en
Milán

Fabrizi: Fabrizio es una empresa italiana que distribuye base de frutas para heladerías.

<https://www.fabrizi1905.com>

Importación heladerías

Gelateria artigianale mango esotico: Esta heladería es una de las pocas que cuentan con sabores exóticos como el mango o la lúcuma. Ellos se encargan de importar estas frutas. No cuentan con una página web disponible

La romana: La romana es una franquicia de helados bastante grande en Italia. Son importadores de algunos ingredientes, aunque todavía no están presentes con importaciones en el sector de frutas. Trabajan con chocolate monorigen y podría ser un potencial importador para frutos exóticos ya que se caracteriza por la constante innovación de sabores.

<https://www.gelateriaromana.com>

Venchi: Venchi es una heladería y chocolatería bastante conocida en Italia y que incluso cuenta con sedes en otros países. Al igual que la romana, importan algunos de los ingredientes en especial el chocolate ya que también trabajan con chocolates monorigen.

<https://it.venchi.com>

Grom: Grom es una cadena italiana que produce e importa sus ingredientes. Actualmente también distribuyen en supermercados con un nuevo formato de helado.

<https://www.grom.it>

Rivareno: Rivareno es una cadena de heladerías italianas. Actualmente importan mango ya que es la única fruta exótica que ofrecen en su carta de helados. Sin embargo, se caracterizan por una frecuente innovación y son bastante abiertos a los nuevos sabores.

<https://www.rivareno.com>

5. Estacionalidad de la producción local

Italia produce helados todo el año, sin embargo, existen sabores que son por temporadas. Este es el caso generalmente de las frutas ya que la mayoría trata de que sean productos hechos con materia prima fresca. El consumo mayor se da en los meses de verano y llega a incrementar en porcentajes bastante altos también a causa del turismo que hay durante este periodo. La pulpa de fruta también es producida por temporadas, sin embargo, el hecho de que sea congelada facilita la manutención de la misma.

6. Principales puntos de ingreso del producto al mercado (puertos / aeropuertos)

En Italia existen tres principales puntos de ingreso para la importación de pulpa de fruta. El puerto de Trieste, es uno de los puertos que mas líquidos recibe y que está bien conectado con el norte de Italia.

Asimismo, otro punto importante de ingreso es el puerto de Génova, la cual atiende a la industria cosmética del centro y norte en particular, Liguria, Piemonte y Toscana. Adicionalmente, otro puerto importante es el de Nápoles que atiende importantes empresas en el sur.

7. Descripción de la cadena de distribución y comercialización del producto en el mercado (identificar los principales actores en cada eslabón de la cadena).

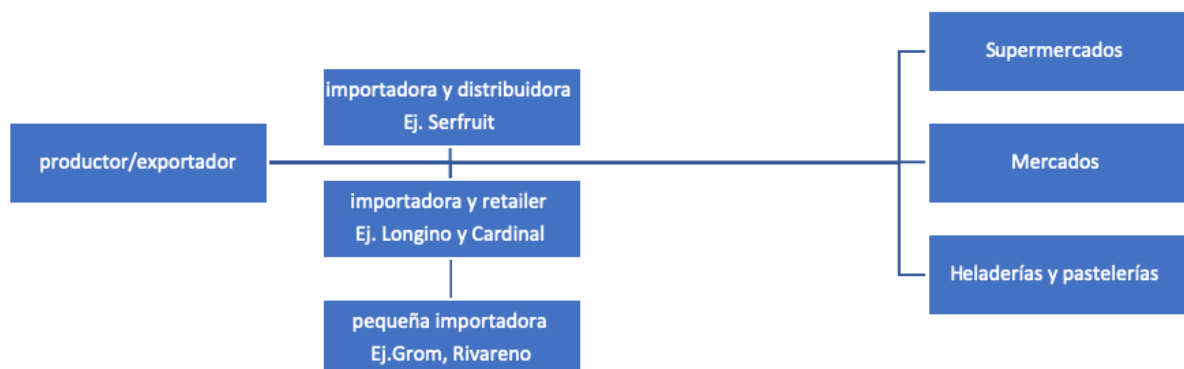
La mayoría de pulpa de fruta es producidos por las mismas agricultoras italianas. Aquellas empresas que importan lo hacen generalmente porque buscan frutas que no se producen en Italia fácilmente (Lechee, mango, coco, platano, etc). Aun así, es más facil encontrar importadores de fruta fresca que de pulpa ya que estos luego distribuyen a mercados mayoristas o supermercados. En el caso de los importadores de pulpa de fruta lo hacen para distrubir a la red HORECA. Existen también supermercados y heladerías que importan directamente de países terceros para cuidar el proceso y tener participación durante todo el ciclo para que los clientes valoren más la materia prima. Además, como ya hemos mencionado previamente, los certificados Bio pesan bastante en la venta y selección de productos de los consumidores.

Como se puede observar, Italia está caracterizado de proveerse de países europeos (países de los que más importa), sin embargo, hay muchos países extracomunitarios que figuran en la lista de exportadores. Esto podría significar que Italia importa un portafolio bastante variado de frutas exóticas que son producidas en diferentes países.

A continuación, se detalla las características de la cadena de distribución y comercialización de los aceites esenciales y vegetales:

- Las principales empresas son los importadores que se dedican a importar y distribuir la pulpa de fruta a supermercados, pastelerías y heladerías. La mayoría no son empresas tan grandes ya que se cuenta con una pequeña oferta de pulpa de fruta.
- Existen casos en los que los importadores son los mismos supermercados o mercados que distribuyen en sus propias tiendas.
- En el ultimo caso tenemos a las heladerías que importan sus propios ingredientes directamente de países terceros. Generalmente para cuidar la calidad y asegurarse que los productos sean 100% orgánicos.

Por tanto, la cadena de distribución se resume en el siguiente gráfico



8. Criterios de los actores claves de los canales de distribución y comercialización para la selección de proveedores (en orden de importancia)

- Precio: Muchas veces se opta importar de países asiáticos debido al menor precio. De hecho, en Italia una gran parte de importaciones provienen de Asia.
- Seguridad de importar productos que cumplan con toda la normativa y demás certificados de seguridad que ellos mismo puedan solicitar.
- Calidad: Para el importador italiano no basta que los la pulpa sea de buena calidad, los productos que ellos importan muchas veces son fruto de las certificaciones con los que estos cuentan. El importador italiano basa la calidad en el certificado biológico o orgánico que el producto pueda tener. Además, para establecer una relación de confianza y de largo plazo, es importante que sea una calidad que tenga continuidad en el tiempo.

9. Presencia de la oferta peruana en el mercado (temporadas, puntos de venta)


La pulpa de frutas exóticas, aunque son vendidas no son comunes en la dieta diaria de los italianos. La que mas se vende es la pulpa de mango e incluso de coco o arandanos. La pulpa de lúcuma, sin embargo, no es comercializada en el mercado italiano. La lúcuma se vende en polvo y se promueve como un superfood fuerte en proteínas. La mayoría de pulpa de frutas son de frutos que se encuentran en Italia como las fresas o de frutas importadas de la misma Union Europea. Entre estos como siempre existe una demanda de producto que sean Made in Italy por lo cual para frutas que son producidas en Italia la demanda por lo extranjero no es de un volumen importante. Se está experimentando una demanda creciente en los productos biológicos ya sean importados o producidos en territorio italiano. Perú sin embargo tiene una presencia mínima en el mercado italiano de pulpa de frutas. Aunque es posible encontrar diversos productos peruanos por lo general son frutas frescas que se encuentran en supermercados y mercados, pero no la pulpa como tal. Esta situación deja abierto un mercado nicho para la introducción y educación de los productos de origen peruano para las heladerías y congelados, en los primeros por su sabor y cremosidad y en los segundos por su valor nutricional.

Es mucho más común encontrar pulpa de fruta de origen brasilero o de algún país asiático. De hecho, Italia importa casi el 60% de frutas congeladas de Asia. Se debe mencionar que es más fácil conseguir fruta fresca de origen peruano como la Guaba y la chirimoya en mercados convencionales y biológicos.

En el siguiente cuadro, se presentan algunas de las principales empresas que ofrecen productos peruanos:

Importadoras de pulpa de fruta

 <p>Longino y Cardenal - Italia</p> <p>Empresa nacida en Italia fundada en el 1988. Empezó importando Caviar de Iran y ahora importa productos de alta calidad de todas partes del mundo.</p> <p>https://www.longino.it</p>	<p>Puree de Guava</p> <p>Longino y Cardenal se dedica a la importación de alimentos exóticos y exclusivos de diferentes partes del mundo.</p> <p>En temporadas cuenta con algunos productos peruanos como la guava, sin embargo, importa productos de estación por lo cual no siempre tiene disponible todos los productos.</p>
 <p>Carrefour Italia</p> <p>El grupo Carrefour, primer distribuidor en Europa y segundo en el mundo, con un volumen de negocios de más de 5 mil millones de euros, opera en Italia con 1.074 puntos de venta.</p> <p>https://www.carrefour.it/azienda.html</p>	<p>Mango Kent</p> <p>Carrefour Bio es la línea biológica de la cadena de supermercados Carrefour. Está presente en casi todas las ciudades italianas.</p> <p>Carrefour Bio cuenta con mango Kent sin embargo no es la pulpa congelada. Carrefour a su vez tiene frutas congeladas como fresas y arándanos.</p>

 <p>Conad Italia Nace en 1962 en Italia y es una de las cadenas de supermercados mas grandes y economicas en territorio italiano.</p>	<p>Mango Kent</p> <p>Conad es una cadena de supermercados que se encuentra en casi todo Italia.</p> <p>Al igual que Carrefour, Conad cuenta con pulpa de fruta o frutas congeladas como fresas y arandanos. Actualmente vende mango Kent de origen peruano como fruta fresca.</p>
--	---

Se debe recalcar que durante el último año Italia no figura con importaciones de pulpa de frutas de origen peruano como se mencionó en la sección de importaciones y exportaciones.

10. Actividades de promoción idóneas para promover el producto.

Feria Sigep: Esta feria tiene como objetivo presentar la cadena de suministro de pastelerías, heladerías, panificación y del café. Es una feria internacional bastante grande y generalmente ocurre en enero. Se espera que en la próxima edición ocurra presencialmente en Rímimi.

Expo Dolomite HORECA: Es un festival que se dirige a los restaurantes, hoteles y a las compañías que proveen a estos. Generalmente ocurre en octubre en las Dolomitas.

MIG: MIG es una exhibición de helados. Ocurre en noviembre y tiene como objetivo la exhibición de nuevos ingredientes, materia primera y equipos que se utilizan en la industria heladera.

MacFruit Tropical Fruit Congress: Es el primer congreso en Europa dedicado a las frutas exóticas. Se muestran las tendencias del mercado, el consumo, comercio e innovaciones en este sector. Ocurre en mayo en Rímimi.

11. Conclusión

Italia ofrece un mercado atractivo para la exportación de pulpa de fruta congelada. Este, sin embargo, aun no se encuentra desarrollado especialmente cuando es comparado con otros mercados europeos como Alemania, Francia y Holanda donde la tendencia a comprar este tipo de alimentos esta mucho más normalizada.

El consumidor italiano continúa prefiriendo los productos frescos, aunque con la pandemia ha empezado a cambiar su comportamiento y a optar por productos congelados especialmente en los supermercados. Es importante sacar ventaja de este proceso de cambio para poder entrar al mercado de pulpa de fruta congelada.

**PERÚ**Ministerio
de Comercio Exterior
y TurismoComisión de Promoción del
Perú para la Exportación y
el Turismo—PROMPERÚOficina Económico Comercial del Perú en
Milán



La distribución debe centrarse principalmente en dos tipos de canales; supermercados, heladerías, pastelerías. En base a las investigaciones y las preferencias del consumidor italiano, la lúcuma y los arándanos podrían entrar fácilmente a estos sectores. La lúcuma debido a su cremosidad y los arándanos debido a su ya existente consumo. En cuanto a la distribución en supermercados es aun necesario educar al consumidor ya que a pesar de que se esta migrando a este tipo de productos, este todavía busca tener más información sobre estos. De hecho, es por esto que los certificados que estos puedan tener como certificados biológicos o de fair trade pesan mucho para la exportación y elección de proveedores. Al final, estos son los que crean la confianza que el consumidor todavía necesita.

La pulpa congelada de fruta exótica en cambio debería tener como target las heladerías debido a las fuertes tendencias que estas imponen y que además adaptan constantemente, muchas de las cuales se originan precisamente de la excentricidad e innovación. A pesar, de que la oferta exportable peruana es más limitada en este tipo de alimentos, ambos la oferta y la demanda podrían incrementar con la promoción de estos y la entrada en heladerías y distribuidores de congelados. Las heladerías que deberían seleccionar son aquellas que tienen un historial con ingredientes exóticos como son La Romana, Venchi, Rivareno. Con el adecuado ingreso, estos alimentos en un futuro podrían ingresar en supermercados como Carrefour que presenta ya productos hechos con ingredientes latinoamericanos. Además, se debe considerar el ingreso en bares como parte de la mezcla para cocteles. Por lo general estos tienden a seguir diversas tendencias y tienen una oferta más arriesgada.

PROMPERU-ITALIA
OMIL
FEBRERO 2021

**PERÚ**Ministerio
de Comercio Exterior
y TurismoComisión de Promoción del
Perú para la Exportación y
el Turismo—PROMPERÚOficina Económico Comercial del Perú en
Milán

Anexo de 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
Bulk Powders https://www.bulk.com/it/lucuma-biologica-in-polvere.html?view=ppc&pid=4096&gclid=Cj0KCCQiAwf39BRCCA RiSALXWETy-_F1-sTBIRnHbf4FxfzOF10r42wE4msd1Aeswcto0iIAfhkIHUQaAimtEALw_wcB	500gr	21,99	Peru	26/01/21	Lucuma en polvo	
Longino y Cardenal https://www.shoplongino.it/pure-di-guava?gclid=Cj0KCCQiAwf39BRCCARiSALXWETwXHd7KpZ4KowMx2Z9MR49nOoesA8OJn7sUcEkDPDE-QHzuAwAf-XUaAlirEALw_wcB	1kl	9,80	Peru	26/01/21	Pulpa de Guava	



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

Comisión de Promoción del
Perú para la Exportación y
el Turismo—PROMPERÚ

Oficina Económico Comercial del Perú en
Milán

Longino y Cardenal https://www.shoplongino.it/pure-di-litchi	1kg	15,70	Asia	26/01/21	Pulpa de Litchi	
Bulk powders https://www.bulk.com/it/bacche-di-acai-in-polvere.html?view=ppc&pid=3939&gclid=Cj0KCQiAwf39BRCCA RIsALXWETyehhf5Qo-PcMw56ZZVe9g-gHz_sxtFVHfzjZrukYZ0Est864A-WCgaAhGrEALw_wcB	250g	33,99	Brasil	26/01/21	Polvo de Acai	

* Incluir información en distintos puntos de la cadena (mercados mayoristas, distribuidores y puntos de venta final) y de diferentes países de origen.