

ESTUDIO DE MERCADO

**OPORTUNIDADES DE EXPORTACIÓN
PARA FRUTAS & HORTALIZAS FRESCAS
PERUANAS EN SUIZA Y AUSTRIA**



2020

Índice

I. RESUMEN EJECUTIVO	3
II. ALCANCE DEL ESTUDIO ESPECIALIZADO: SECTOR Y/O LÍNEAS DE PRODUCTOS	7
III. ANÁLISIS DE LA OFERTA EN EL PAÍS DE DESTINO	10
3.1. PRODUCCIÓN DEL PAÍS DE DESTINO	10
3.1.1. AUSTRIA.....	10
3.1.2. SUIZA	14
3.2. COMERCIO EXTERIOR DEL PAÍS DE DESTINO.	18
3.2.1. SUIZA	18
3.2.1.1. BALANZA GENERAL.....	18
3.2.1.2. BALANZA DE FRUTAS Y HORTALIZAS	22
3.2.1.3. IMPORTACIONES Y EXPORTACIONES DESDE PERU	25
3.2.2. AUSTRIA.....	28
3.2.2.1. BALANZA GENERAL.....	28
3.2.2.2. BALANZA DE FRUTAS Y HORTALIZAS	31
3.2.2.3. IMPORTACIONES Y EXPORTACIONES DESDE PERU	35
3.3. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA.	37
IV. ANÁLISIS DEL SECTOR / LÍNEA EN EL MERCADO	52
4.1. VARIEDADES Y FORMAS DE PRESENTACIÓN.....	52
4.2. CANALES DE DISTRIBUCIÓN	58
4.2.1 RUTAS DE ACCESO	59
4.2.2 COSTOS LOGÍSTICOS APROXIMADOS	61
4.2.3 PRINCIPALES AGENCIAS DE TRANSPORTE.....	62
4.3. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN.....	63
4.3.1. SUIZA	63
4.3.2. AUSTRIA.....	65
4.4. PRECIOS	68
4.4.1. AUSTRIA.....	69

4.4.2. SUIZA	75
V. ANÁLISIS DE LA DEMANDA.....	81
5.1. PERFIL DEL CONSUMIDOR.....	81
5.2. ANÁLISIS DE TENDENCIAS.	82
5.2.1. AUSTRIA.....	82
5.2.2. SUIZA	84
5.3. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO PERUANO.....	85
VI. REQUISITOS DE ACCESO AL MERCADO	86
6.1. MEDIDAS ARANCELARIAS	86
6.2. REGULACIONES.....	91
6.2.1. UNIÓN EUROPEA (AUSTRIA).....	91
6.2.2. SUIZA	92
6.3. OTRAS REGULACIONES.....	93
6.3.1. UNIÓN EUROPEA (AUSTRIA).....	93
6.3.2. SUIZA:	95
6.4. CERTIFICACIONES.	97
VII. ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN.....	101
7.1. FERIAS.....	101
7.2. PUBLICACIONES ESPECIALIZADAS.	103
VIII. CONTACTO DE INTERÉS.....	104
8.1. SUIZA	104
8.2. AUSTRIA.....	105
IX. PERFIL DE COMPRADORES	106
X. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	110

I. RESUMEN EJECUTIVO

El presente documento expone detalladamente los resultados del estudio, siendo objeto del presente apartado realizar un breve análisis del estudio y de sus principales conclusiones.

Objetivo – planteamiento del estudio.

El Perú dispone de unas condiciones de cultivo adecuadas para la producción de una extensa variedad de frutas y verduras frescas y esto lo hacen uno de los países con una mayor oferta exportable de esta tipología de producto, pudiendo ofrecer tanto cantidad como variedad. La oferta exportable de frutas y verduras del Perú a Europa ha ido aumentando progresivamente y consolidándose en países como Alemania, Países Bajos, Reino Unido o España entre otros.

Pese a este aumento en las exportaciones de estos productos a Europa, se ha identificado como tanto en Suiza como en Austria, pese a que su consumo e importación de frutas y verduras frescas ha aumentado en la misma línea que el resto de los países vecinos, difieren de estos en el sentido en que las importaciones desde el Perú no han seguido la misma trayectoria, habiéndose detectado caídas en las tasas de crecimiento promedio durante los últimos 5 años de estas importaciones.

En esta línea, desde Promperú se plantea el objetivo de realizar este estudio y prospección, el cual permita conocer los motivos de la caída en las exportaciones de alimentos frescos hacia estos dos mercados y permita tomar acciones que favorezcan la recuperación de las exportaciones peruanas de frutas y hortalizas frescas hacia Suiza y Austria. Para ello se han definido 10 productos específicos.

Dentro del estudio se plantean una serie de objetivos específicos:

- Conocer a profundidad el perfil de consumidores de frutas y hortalizas frescas en los países de Suiza y Austria, así como las tendencias de consumo de estos productos en dichos mercados.
- Obtener información sobre sus competidores en Suiza y Austria. Conocer por qué los compradores de estos mercados tienen preferencia por otros proveedores.
- Contribuir en el desarrollo de mercados con oportunidad para incrementar la oferta exportable de frutas y verduras frescas.
- Identificar oportunidades de exportación del Perú a Suiza y Austria para frutas y hortalizas frescas.

- Identificar compradores de Suiza y Austria (importadores, distribuidores, procesadores, minoristas) para la oferta peruana de frutas y verduras frescas.
- Describir la estructura y características de la cadena de comercialización y distribución para los productos priorizados de la línea de frutas y hortalizas frescas, así como los actores participantes y su posición en los mercados.
- Conocer los requisitos (aranceles, regulaciones, certificaciones, entre otros) que deben cumplir los productos priorizados para poder acceder a los mercados de Suiza y Austria.
- Conocer la percepción en el mercado de Suiza y Austria acerca de los productos frescos peruanos.

Metodología.

Para realizar este estudio se ha seguido una metodología que ha combinado fuentes secundarias y primarias. Entre estas últimas se han incluido encuestas y entrevistas, que han aportado información complementaria a la recabada a través de estudios y estadísticas, y se han desarrollado visitas a establecimientos de comercialización de frutas y verduras frescas con el fin de corroborar aspectos como precios, variedades y formatos de comercialización, etc.

Resultados del estudio.

Aunque Suiza y Austria son mercados pequeños en comparación con el de otros países del entorno como Alemania, Francia o Italia, ambos países presentan un alto potencial por dos factores por un lado por el alto nivel adquisitivo de su población, todavía más acentuado en el caso de Suiza donde se presentan unos precios muy por encima de la media, y por otro lado **en ambos países está habiendo un incremento en el consumo de frutas y verduras** y por ende en sus importaciones, lo que se traduce en una oportunidad para países tradicionalmente exportadores de estos productos como el Perú.

El aumento de las importaciones de fruta y verdura hasta el momento no ha repercutido de forma positiva en las exportaciones peruanas, ya que, si se atienden a los datos de aduanas, se puede observar cómo Perú no exporta directamente una cantidad relevante de fruta y verdura siendo objeto de este estudio conocer el motivo de esto e identificar oportunidades para las empresas exportadoras peruanas.

Ambos países siguen una serie de tendencias de mercado similares, como la **priorización del producto nacional frente a las importaciones**, sin embargo, la producción nacional de fruta y verdura está muy lejos de alcanzar cifras relevantes para abastecer la demanda, y esto les obliga a importar.

Para entender estos mercados se hace necesario hacer una distinción entre las importaciones desde otros países europeos y las importaciones desde el resto del mundo, ya que la mayoría de los importadores tienen un alto conocimiento del mercado europeo con relaciones a muy largo plazo con exportadores de países como Italia o España, esto crea cierta desventaja para la oferta exportadora otros continentes, no obstante, **hay algunos factores que hacen necesaria la importación desde países “transoceánicos” como Perú**, y entre ellos podemos ver algunos como la estacionalidad, que sirve de oportunidad a países que ofrecen productos en momentos donde la producción nacional o europea es escasa, otro factor de relevancia es la consolidación en el mercado de productos como el mango, aguacate o jengibre, en los que la producción europea no es relevante favoreciendo las exportaciones desde países como Perú, Chile o China en el caso del jengibre.

Pese a que esto todavía no se ha visto materializado en exportaciones directas, **Perú es uno de los principales orígenes en algunas frutas y verduras comercializadas en los stands de los supermercados austriacos y suizos**, sin embargo, el producto peruano no llega directamente desde Perú, sino que corresponde a reexportaciones desde otros países europeos como Alemania u Holanda, planteándose el objetivo para la empresa peruana de llegar al importador final y evitar así intermediarios.

El hecho de que las empresas comercializadoras de fruta y verdura en Suiza y Austria recurran a intermediarios europeos para sus compras de productos que provienen de países como Perú, se basa en varios factores que, aunque tienen un nexo común en ambos países, tienen ciertas diferencias:

- **Austria tiene una fortísima influencia alemana** y este hecho se hace especialmente palpable en el sector del retail, al que pertenecen las cadenas de supermercados que son los principales importadores y comercializadores de fruta y verdura fresca. Esto hace que una importante cantidad de las importaciones de fruta y verdura del país se hagan a través de la central de compras de estas grandes cadenas como Aldi o Lidl, que suele estar centralizadas en su país vecino.
- Suiza es un país con un enorme contraste entre sus tres zonas principales y estas están fuertemente influenciadas por el país limítrofe, pudiéndose diferenciar entre las zonas bajo influencia francesa, italiana y alemana, influyendo esta situación directamente en el mercado de la fruta y verdura. Pese a lo anterior cabe destacar como el sector retail se diferencia del austriaco de manera en que **las principales cadenas de supermercado del país son de origen suizo** y estas tienen dos formas de compra, por un lado, directamente a las empresas exportadoras agrícolas, y por otro a mayoristas nacionales o internacionales que les hacen de intermediario.

El hecho de que en muchas ocasiones tanto las empresas de supermercado como los mayoristas suizos recurran a las importaciones de otros países europeos como Alemania u Holanda para la importación de productos procedentes de otros continentes, es debido al volumen de venta, ya que en ocasiones en su mayoría no manejan volúmenes suficientes de venta para importar contenedores con asiduidad y esto unido a que venden a un precio elevado hace que muchas veces prefieran importar desde empresas mayoristas a las que le hacen pedidos menores y en los que la cercanía agiliza y facilita el aprovisionamiento. El aumento en el consumo de estos mercados puede provocar que con el tiempo aumente el volumen de importación hasta que llegue el momento en el que estos importadores prefieran hacerlo directamente desde el país de origen del producto.

Uno de los aspectos claves en los que tanto Austria como Suiza se diferencian del resto de mercados europeos es en sus niveles de consumo de productos orgánicos, ya que mientras en otros mercados esto suponen unas ventas que aunque en alza, son todavía residuales, en Suiza y en Austria si tienen un volumen relevante, hasta el punto de que no solo hay tiendas especializadas sino que en todos los supermercados donde se comercializa fruta y verdura es posible encontrar una versión orgánica de prácticamente todos los productos y si bien todavía los productos no orgánicos abarcan la mayoría de las ventas, el hecho de tener producción orgánica supone una ventaja competitiva para los exportadores con interés de entrar en estos mercados. Aunque no al mismo nivel que la certificación orgánica, el hecho de que los productos estén certificados como Fairtrade es un hecho muy apreciado por los mercados austriacos y suizos y especialmente para algunos productos como el aguacate, el mango o la banana.

En cuanto a las certificaciones hay que diferenciar entre las que van destinadas a acceder a un nicho de mercado como son las anteriormente mencionadas certificaciones orgánica y Fairtrade, y las certificaciones necesarias para casi toda la fruta y verdura fresca que entra en el país, **siendo especialmente relevante la certificación Global Gap**, que en el caso de Suiza se llama Swiss Gap.

II. ALCANCE DEL ESTUDIO ESPECIALIZADO: SECTOR Y/O LÍNEAS DE PRODUCTOS

El presente “*ESTUDIO Y PROSPECCIÓN DE MERCADO CON RELACIÓN A LAS OPORTUNIDADES DE EXPORTACIÓN PARA FRUTAS Y HORTALIZAS FRESCAS PERUANAS EN SUIZA Y AUSTRIA*”, incluye el compendio de la información sectorial de los dos países de estudio (Suiza y Austria), así como la identificación y caracterización de los potenciales compradores de cada uno de estos mercados.

Metodología de estudio

A modo de contextualización, se resumen a continuación brevemente las fases en las que se ha llevado a cabo el estudio:

Fuentes secundarias

Se corresponde con el denominado trabajo de gabinete, donde se ha recabado la información estadística o bibliográfica que ha permitido identificar los factores clave del sector en cada país y los actores más relevantes en el área de la comercialización de la fruta y verdura fresca, concretando en los 10 productos elegidos para el estudio. Como complemento a las fuentes primarias se han utilizado fuentes secundarias para obtener información que ha llevado a concluir con los objetivos específicos del estudio, estas fuentes secundarias se han obtenido a través de toda clase de instituciones relacionadas con el sector hortofrutícola en ambos países de estudio, además de a través de publicaciones sectoriales de revistas y asociaciones de frutas y verduras y organismos públicos tanto cuantitativa con datos de producción, importaciones y comercio, como cualitativas como planes agro o estudios sectoriales.

Fuentes primarias

Una vez identificados los actores principales de cada país se ha procedido a la obtención de información directa procedente de los mismos, atendiendo tanto a datos de tipo cuantitativo como cualitativo, obteniendo una mayor profundidad a través de:

- Encuestas: Envío de encuestas a los potenciales compradores identificados en el estudio para recabar información de caracterización de empresas, cadenas de comercialización, hábitos de compra, etc. así como percepciones de tendencias de los actores del sector.
- Entrevistas: Realización de 21 entrevistas a empresas de los países de estudio con el fin de complementar la información del trabajo de fuentes secundarias y encuestas, obteniendo información cualitativa y descriptiva.

- Visitas: El Trabajo de campo se ha complementado con visitas a los establecimientos más importantes relacionados con la comercialización de frutas y verduras en los países de estudio, como son las principales cadenas de retail, mercados mayoristas, mercados minoristas, etc. con el fin de comprobar in situ las frutas y verduras frescas comercializadas, variedad y formas de presentación, precios de comercialización, origen etc. Así como la presencia de las frutas y verduras específicas del estudio en los puntos de venta.

Durante esta fase relativa al trabajo de campo, se han identificado oportunidades de negocio para las empresas peruanas de fruta y verdura en los mercados de Suiza y Austria. Este levantamiento de oportunidades fue detectado esencialmente durante la etapa de entrevistas, y fue trasladado al equipo de Promperú en reuniones mantenidas con la agencia.

Frutas y Verduras frescas de estudio

Si bien el estudio atiende a la comercialización de la fruta y verdura fresca en general, por ser un sector de cierta homogeneidad se hace hincapié en 10 de las frutas y hortalizas de cultivo peruano que son de las más atractivas en el mercado europeo, estos productos fueron consensuados con Promperú en una reunión previa al comienzo del estudio:

- Por un lado, se han identificado frutas como el mango, palta, lima, arándano, plátano, uva y mandarina (en esta última tipología si prestará especial atención a la variedad).
- Se han estudiado también verduras como la cebolla o el espárrago.
- Se incluye también el jengibre que, aunque es la parte de una planta y en muchas ocasiones es considerado como especia, como se ha identificado en el trabajo de campo, se comercializa de forma similar al resto de frutas y hortalizas del estudio.

Todos estos productos tienen diversas vías de entrada en los países de estudio, ya que, por un lado, en algunas como el mango o la palta, no existe cultivo europeo suficiente para satisfacer a la demanda del continente, y por otro, otros productos como el espárrago, aunque si existe cultivo local, el cultivo peruano tiene la importante labor de complementar la estacionalidad.

Comercio internacional de la fruta y verdura

Para el estudio de la comercialización de frutas y verduras se han distinguido varias partidas según la codificación arancelaria en código armonizado. Se toman los valores del denominado código TARIC (ARANCEL INTEGRADO COMÚN) como codificación comúnmente aceptada por los países de la Unión Europea y su entorno más cercano. Partidas:

Sección VII	Legumbres y hortalizas, plantas, raíces y tubérculos alimenticios
07 09 20	Espárragos frescos o refrigerados.
07 03 10	Cebollas y chalotes frescos o refrigerados.
Sección VIII	Frutas y frutos comestibles
08 03	Bananas o plátanos, frescos o secos.
08 04 40	Aguacate Palta, frescas o secas
08 04 50	Guayabas, mangos y mangostanes, frescos o secos.
08 05 50	Limonas (Citrus limon, Citrus limonum) y limas (Citrus aurantifolia, Citrus latifolia)
08 05 21	Mandarinas (incluidas las tangerinas y satsumas)
08 10 40	Arándanos rojos, mirtilos y demás frutos del. genero vaccinium.
08 06	Uvas frescas o secas
Sección IX	Café, té, yerba mate y especias.
09 10 11	Jengibre sin triturar ni pulverizar.

III. ANÁLISIS DE LA OFERTA EN EL PAÍS DE DESTINO

En el presente apartado se analizan los principales datos estadísticos que configuran la imagen de los países del estudio como compradores, productores y distribuidores de frutas y verduras.

3.1. PRODUCCIÓN DEL PAÍS DE DESTINO.

Austria y Suiza, aunque importan más productos hortofrutícolas de los que exportan con una diferencia reseñable (hecho todavía más acrecentado en Suiza), sí que tienen producción nacional. Sin embargo, esta producción nacional no tiene capacidad suficiente para cubrir toda la demanda, y es por ello por lo que tienen que recurrir a las importaciones. La producción de estos dos países solo afectaría comercialmente al Perú a un número reducido de productos, puesto que debido a varios factores entre los que destacan la diferencia climática, la mayoría de los productos que exporta Perú a los países de la zona no se producen de manera local.

3.1.1. AUSTRIA

Según estimaciones de las FAO la superficie en Austria destinada a la agricultura es de 8387,9 (mil Ha), con una participación de la producción agrícola en el PIB nacional de menos del 1,5 %. El clima austriaco es óptimo para el cultivo de cereales como cebada, centeno o trigo. Además de otros cultivos como el girasol, la remolacha azucarera o la soja, del que se ha convertido en uno de los mayores productores de la Unión Europea. Austria tiene una industria agrícola altamente industrializada, regulada por el máximo organismo gubernamental en la materia, el Ministerio Federal de la República de Austria en Agricultura, Regiones y Turismo.

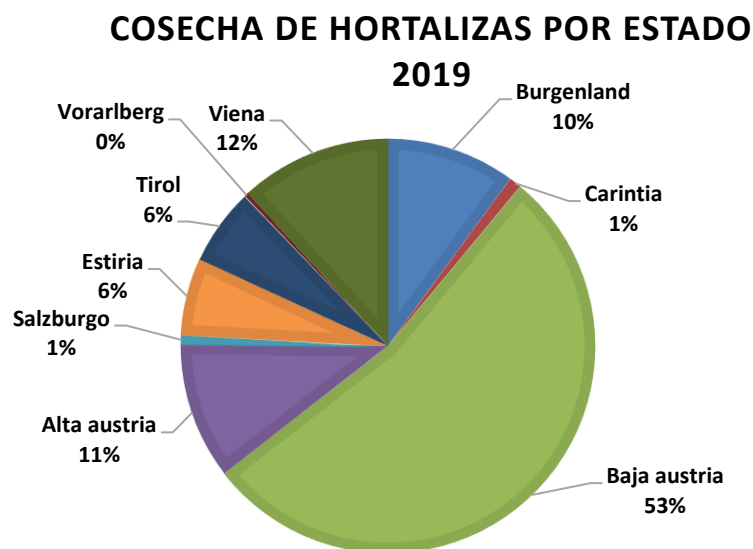
Austria tiene diversidad de condiciones climáticas y topográficas que le permite tener diferentes tipos de cultivo de frutas y verduras sobre sus diferentes regiones, según sus características geográficas, en este sentido algunas regiones se han especializado en un tipo de cultivo, limitándose la producción nacional a una zona geográfica concreta del país, como por ejemplo la manzana, que se produce en su mayoría en el sudeste austriaco.

La producción de fruta y verdura en Austria tiene una peculiaridad con relación al resto de los países de la Unión Europea, que habría que tener en cuenta si se quiere entrar en este mercado, y es que al tener inviernos más largos que los países productores del sur, la producción hortofrutícola tarda más en estar preparada, por lo que se llevan más tarde al mercado, además por la misma razón hay acceso a productos frescos durante un periodo más corto del año.

Producción de verduras

Austria está dividida en 9 estados federales, y en cada uno de estos estados se pueden encontrar zonas de producción agrarias de hortalizas, estas zonas de producción están divididas en unidades operativas de producción que aunque tradicionalmente son pequeñas o medianas están siguiendo una tendencia a hacerse más grandes como consecuencia entre otras cosas al beneficio de utilizar las economías de escala, notándose una disminución del número de estas unidades al mismo tiempo que aumenta el territorio cultivado. Todavía existen grandes agrupaciones de productores que gestionan las ventas conjuntamente.

Aunque como se comentaba la cosecha se extiende por todos los estados del país, estas están más concentradas en tres estados, de los cuales destaca La Baja Austria que concentra el 56% de la producción, a la que le siguen Viena (la capital) con un 11,5% y La Alta Austria con un 11,3%.



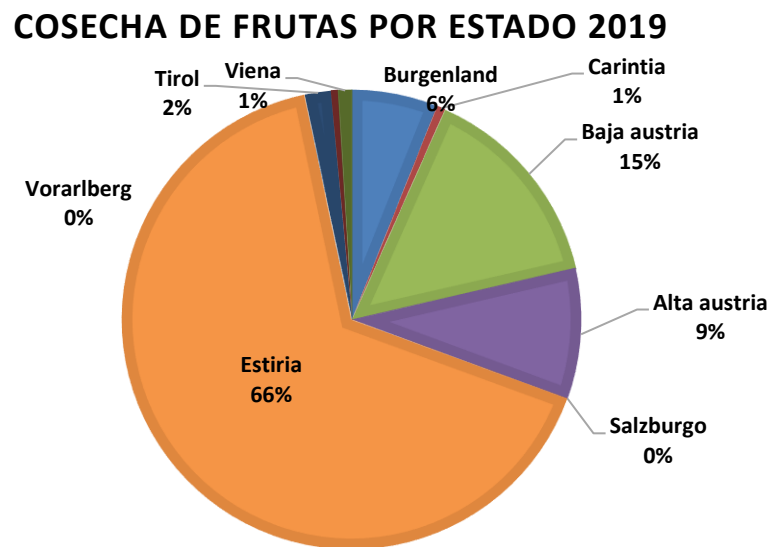
Fuente: STATISTIK AUSTRIA

Las verduras con mayor nivel de producción local en Austria son las cebollas, las zanahorias y los tomates. Además de otras muchas hortalizas también producidas en el país como: el brócoli, el repollo, el pepino, la col, la lechuga, las espinacas, el calabacín o los espárragos.

La producción anual puede variar enormemente según las condiciones que haya tenido la cosecha del año a analizar o por la situación de la demanda pudiendo llegar a variar en algunos productos en torno al 25 % como en el caso de la zanahoria o la cebolla.

Producción de frutas

La producción de frutas ha sido tradicionalmente importante en Austria, especialmente la que crece en árbol, siendo estos árboles frutales protagonistas en numerosos paisajes austriacos. El cultivo está concentrado en determinadas zonas austriacas, sobre todo en la parte sur y este del país. Destacan como productores de fruta los estados de Baja Austria, Alta Austria, Estiria y Burgenland, agrupando entre los cuatro prácticamente la totalidad de la producción nacional, resaltando como Estiria produce más que todos los demás estados juntos.



Fuente: STATISTIK AUSTRIA

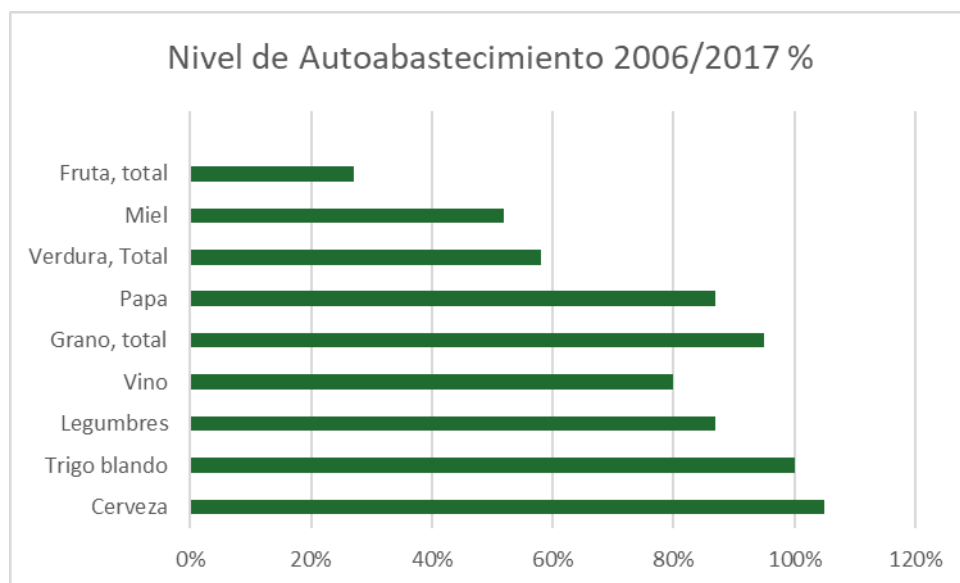
La producción de frutas puede segregarse en dos tipos de cultivo, el extensivo y el intensivo, destacando el primero en la producción de frutas para productos elaborados como zumos. Durante los últimos 20 años se está viendo como disminuye la superficie de cultivo, aumentando el número de árboles, promoviéndose el cultivo intensivo en decremento del extensivo.

Cabe mencionar como la producción de frutas se restringe a los meses de verano y otoño, cuando las condiciones climáticas lo favorecen. Este dato es relevante para las empresas de producción extranjeras que tienen la posibilidad de cubrir las necesidades del mercado durante los meses en los que no hay producción local. Al igual que ocurre con el mercado de verduras, gran parte de la producción de frutas se vende a través de agrupaciones de agricultores.

Como se ha comentado antes Austria es fuerte en cuanto a cultivo de frutas de árbol donde destaca por encima de las de más el cultivo de manzanas, además también produce otras frutas como: peras, albaricoques, fresas, arándanos, cerezas o melocotones entre otras.

Autoabastecimiento

Pese a que Austria es un país con ciertos niveles de producción agrícola, necesita del comercio exterior para cubrir su gran demanda interna. Algunos productos agrícolas o elaborados con productos agrícolas como la cerveza tienen una producción local suficiente como para satisfacer la demanda interna y exportar el excedente, sin embargo, en la mayoría de demanda de productos agrícolas solo puede cubrirse mediante la importación, entre estos productos encontramos a la fruta y verdura. Austria produce para cubrir alrededor del 50% del consumo nacional de verduras y 25% de frutas. Cuando en un producto el nivel de autoabastecimiento supera los cien puntos porcentuales indica que la oferta supera a la demanda.



Elaboración propia través de datos de Statistik Austria

Al hablar de la producción agraria de Austria no se puede pasar por alto la importancia del cultivo ecológico en este país, Austria es uno de los países del mundo que más desarrolla este tipo de cultivo, alcanzando en 2018 que un 25% de su terreno destinado a fines agrícolas se cultivado de forma orgánica llegando a un área de más de 600.000 hectáreas. Todo esto es consecuencia de una política llevada a cabo por parte de los distintos gobiernos del país de promover este tipo de cultivo, y que como ya se mencionara más a delante condiciona en cierta manera las preferencias de los consumidores.

3.1.2. SUIZA

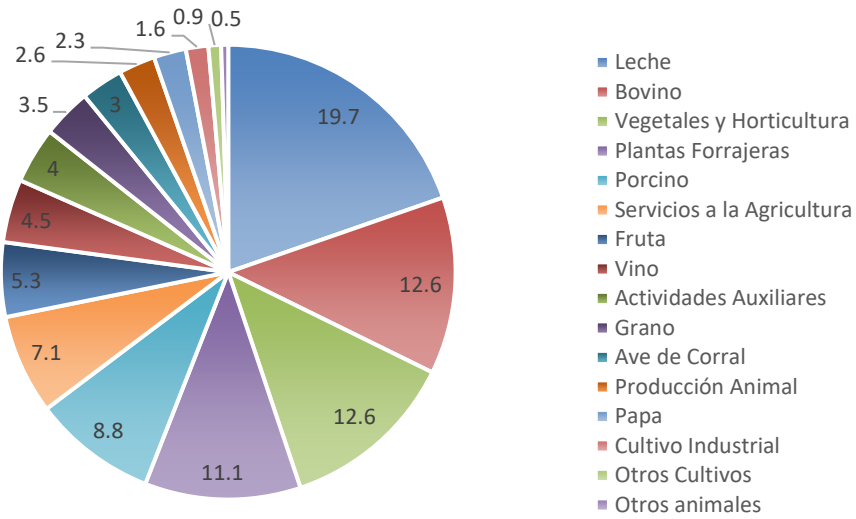
Suiza es un país pequeño, tanto en extensión como en número de habitantes. Según las últimas estimaciones de la FAO, Suiza tiene una superficie Agrícola de 2670,17 (mil HA). Tanto el terreno como el clima suizo no son especialmente favorables para la agricultura, y las explotaciones agrarias son tradicionalmente de pequeño tamaño y de gestión familiar. El sector agrícola ha ido perdiendo relevancia con respecto al PIB nacional durante las últimas décadas, siendo este especialmente protegido por parte del gobierno federal con el objetivo de fomentar el autoabastecimiento, este proteccionismo, está relacionado con las cuotas de importación y los aranceles a los productos que puedan ser cultivados localmente, cabe destacar que esta protección al sector se ha visto mermada con la consolidación de la Unión Europea, ya que aunque Suiza no pertenece a este organismo tiene una estrecha relación con él. El organismo público más importante para el sector agrícola suizo es la Oficina Federal para la Agricultura.

En cuanto al uso del suelo, según cifras aproximadas de la Oficina Federal de Agricultura, solo el 2% se utiliza para cultivo de árboles frutales y vides y un 4% para papas y hortalizas, destinándose la gran mayoría para pastos y cultivos de alimentación animal.

La producción de verduras se calcula que utiliza alrededor de 16 (mil HA), diferenciándose entre producción en campo abierto y producción en invernaderos. La primera no requiere de tanta infraestructura y depende de las condiciones climáticas, por lo que si estas no son buenas caería la producción y habría que aumentar las importaciones para cubrir la demanda, en este tipo de cultivo se pueden encontrar en Suiza vegetales como lechuga, col, zanahorias o cebollas (tres de los vegetales de mayor producción nacional). La producción en invernadero es más estable y en este país se cultiva de esta forma tomates, pimientos o pepinos entre otros.

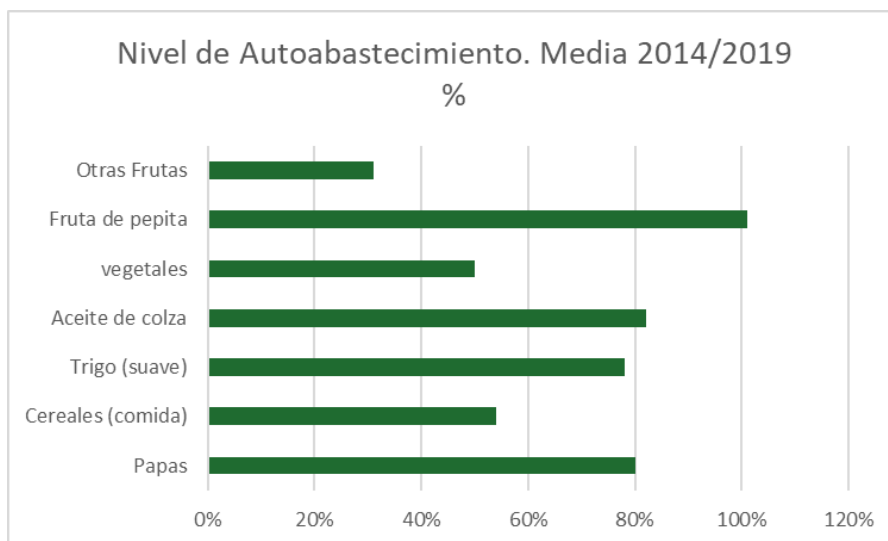
La superficie destinada a la producción de fruta en Suiza se calcula que es de alrededor de 7,5 (mil HA), donde destaca la manzana que además de ser la fruta más cultivada, es con diferencia la más consumida, a esta le sigue la pera, los albaricoques (provenientes en su totalidad del cantón de Valais), las cerezas o las ciruelas.

Producción Agrícola Estimada 2019 (Tot: 11 bill. CHF)



Fuente: Agristat

Al igual que ocurre con Austria, Suiza está lejos de poder autoabastecerse con su propia producción de frutas y verduras, por lo que aunque para mantener los ingresos de los agricultores del país, siguen una política proteccionista con el sector, no les queda más remedio que recurrir a las importaciones para cubrir toda su demanda de estos productos, destaca por ser un país que consume prácticamente la totalidad de su producción de frutas y verduras, debido a las facilidades que les da el gobierno para proteger el sector, a su escasa producción y a sus elevados precios que les haría ser poco competitivos en otros mercados. El único producto hortofrutícola en el que se consigue un alto grado de autoabastecimiento es el de la fruta con pepita, debido a la producción de manzanas.



Elaboración propia a través de datos de la Asociación de Agricultores de Suiza

Otra característica común entre la producción suiza y austriaca es la importancia que estos países le dan a la producción orgánica, ambos han sido de los primeros países en preocuparse por fomentar este tipo de cultivo. Suiza pese a no abarcar volúmenes grandes de producción, tiene un alto porcentaje de cultivo ecológico fomentado por el gobierno y por una demanda que cada vez más exige este tipo de producto, posicionándose en términos relativos como uno de los más importantes del mundo.

Cuotas de importación

Suiza como país independiente a la Unión Europea tiene soberanía para gestionar su política exterior, en este contexto utiliza una serie de medidas para proteger a la producción nacional de frutas y verduras contra la competencia de países que pueden llegar a ofrecer estos productos a un precio menor, para esto han creado unas cuotas de importación emitidas por el gobierno mediante las cuales controla la cantidad de productos hortofrutícola de producción nacional que pueden ser importados en el país anualmente. Estas cuotas no afectan a productos que no pueden ser producidos en el país como la palta o el plátano.

La gestión de estas cuotas consiste en repartir entre una serie de empresas nacionales un derecho que le permite importar un máximo de una cantidad de fruta y verduras determinada. Las cantidades atribuidas a cada producto varían anualmente en función de la producción nacional y de la demanda de estos productos.

A continuación, se muestran unas tablas con algunas de las frutas y hortalizas que están sometidas a estas cuotas.

Frutas	Hortalizas	
Manzana	Berenjena	Rábano
Albaricoque	brócoli	Ruibarbo
Pera	Zanahoria	Cebolla
Moras	Puerro	Espinaca
Fresas	Pepinos	Apio
Frambuesa	Lechuga	Tomates
Cerezas	Remolacha	Calabacín
Ciruelas	Col	

Fuente: 916.121.10 Ordenanza sobre importación y exportación de hortalizas, frutas y plantas hortícolas: <https://www.admin.ch/opc/fr/classified-compilation/19983424/index.html#fn-#a4-1>

Como se observa en las tablas, estas medidas no afectan especialmente al Perú, puesto que la mayoría de la oferta exportadora peruana de frutas y verduras es diferente a la suiza, y como consecuencia de

esto la mayoría de los productos agrícola de producción peruana como la palta, los espárragos o el plátano no entran en estas cuotas.

3.2. COMERCIO EXTERIOR DEL PAÍS DE DESTINO.

En el presente punto se procede a analizar las cifras de comercio exterior de los dos países del estudio, yendo desde una visión más general a concretar en el sector de frutas y verduras. Se comentan cuales son los principales socios comerciales de Austria y Suiza y en qué posición se encuentra el Perú.

A la hora de analizar las estadísticas de comercio exterior con países de la Unión Europea, como Austria, o con países externos a la Unión Europea pero con fuerte influencia de esta, como es el caso de Suiza, es importante tener en cuenta que según la fuente de estadísticas de export-import pueden diferir los datos en función de si se atiende al origen del producto o al domicilio de la empresa exportadora, en el caso de las estadísticas nacionales de Suiza y Austria se atiende al origen, por lo que cuando importan fruta y verdura peruana, las estadísticas recogen que las importaciones de estos productos se han hecho desde el Perú. En el caso de otras estadísticas como las de los países que exportan a la Unión Europea, como es el caso del Perú, registran que las exportaciones se han hecho al país de residencia de la empresa importadora, independientemente de que esta lo reexporte a un tercer país de la UE.

3.2.1. SUIZA

3.2.1.1. BALANZA GENERAL

El sector exterior es una de las piezas más importantes para la economía del país, tanto que se podría decir que Suiza es una de las economías más abiertas al comercio internacional, suponiendo este un extraordinario porcentaje de su PIB.

Las importaciones del país son elevadas tanto en bienes como en servicios, sin embargo, mantiene su balanza comercial positiva y con cifras estables por el todavía más elevado número de exportaciones, que durante 2019 marcaron récord de los últimos 10 años. Mientras que las cifras de exportación de bienes han ido evolucionando de forma desigual durante los últimos 8 años, las exportaciones de servicios han evolucionado de forma más ordenada aumentando desde alrededor de cien mil millones de francos a ciento veinte mil millones en 2017, manteniéndose en esta cifra hasta el 2019. Las importaciones de servicios han sufrido una trayectoria similar a la de las exportaciones.

Cabe destacar como Suiza tiene su propia moneda, el franco suizo, y su relación cambiaria con otras monedas, especialmente con el Euro por las relaciones comerciales del país con la UE, condicionan en gran parte el saldo de su balanza de pagos.

Evolución de la Balanza de Pagos Suiza 2012-2019 (Millones de Francos Suizos CHF).

*Tasa de cambio Franco Suizo con Sol Peruano (1/12/2020): 1CHF=3,99PEN

Balanza de Pago	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Exportaciones	414.390	452.327	412.406	401.575	429.501	431.892	451.955	455.990
Bienes	311.952	346.436	301.570	292.098	312.386	311.756	327.973	335.113
Servicios	102.437	105.891	110.836	109.478	117.114	120.137	123.982	120.877
Importaciones	355.115	382.283	341.577	331.042	359.546	365.859	372.711	372.907
Bienes	274.280	296.641	250.786	240.319	262.463	261.799	269.002	269.530
Servicios	80.835	85.641	90.791	90.723	97.083	104.060	103.709	103.377
Saldo comercial	59.274	70.044	70.829	70.533	69.955	66.033	79.244	83.083
Bienes	37.672	49.794	50.784	51.779	49.924	49.957	58.971	65.583
Servicios	21.602	20.249	20.045	18.755	20.031	16.076	20.273	17.501
Saldo Cuenta Corriente	66.898	74.054	56.018	73.658	65.167	42.952	56.658	85.597

Fuente: Swiss National Bank (SNB)

Suiza, pese a no pertenecer a la Unión Europea, tiene a esta como su primer socio comercial, habiendo suscrito una serie de acuerdos comerciales durante los últimos años que han favorecido el comercio con los países de la región.

Los dos principales países de exportación son Alemania y Estados Unidos, y mientras que el primero ha tenido una evolución positiva, aunque más moderada, las cifras de exportación suizas han aumentado de forma exponencial hacia Estados Unidos. Tras Estados Unidos y Alemania destacan Reino Unido, Francia e Italia en el continente europeo y China e India en Asia.

Evolución exportaciones suizas por destino 2014-2019 (Miles de Francos Suizos CHF)

Rank. 2019	País	2014	2015	2016	2017	2018	2019
1	Alemania	43.255.354	39.680.747	42.722.392	45.161.348	46.462.666	47.735.683
2	Estados Unidos de América	28.770.892	29.535.782	36.376.465	36.285.174	40.092.636	43.658.364
3	Reino Unido	12.605.562	13.083.009	31.967.491	16.732.594	10.415.269	28.163.542
4	China	16.820.988	19.387.366	26.762.091	23.961.750	29.599.559	21.424.329
5	Francia	17.398.896	16.864.206	17.364.952	17.300.433	19.333.564	19.303.428
6	India	19.298.652	20.617.529	14.321.441	19.508.921	17.448.118	17.962.221
7	Italia	16.139.084	14.914.663	14.394.035	15.866.031	16.238.046	16.110.741
8	Hong Kong, China	22.103.884	24.214.883	18.285.677	15.741.321	15.677.500	9.881.517
9	Japón	6.379.701	6.590.409	7.508.881	7.466.739	7.767.550	8.063.222
10	España	5.838.926	5.391.327	5.581.764	5.810.789	6.771.794	7.841.024
11	Austria	7.814.546	7.528.530	7.235.230	8.132.934	7.466.797	6.360.373
12	Singapur	8.300.492	7.659.928	6.434.247	7.288.952	6.667.035	6.181.909
13	Países Bajos	5.227.571	4.818.183	5.162.613	5.345.925	8.012.270	6.050.152
14	Bélgica	5.838.036	5.606.316	6.092.104	4.392.891	4.389.823	5.445.765
15	Canadá	3.370.117	3.507.125	3.469.062	3.582.107	3.862.575	4.454.345
73	Perú	150.668	150.684	163.734	154.682	168.130	171.737

Fuente: Swiss National Bank (SNB)

Los principales países importadores de productos suizos coinciden en alto grado con los países a los que este país exporta, siendo Alemania, Estados Unidos, Italia, Reino Unido y Francia los principales protagonistas tanto de sus exportaciones como de sus importaciones. Al igual que pasaba con las exportaciones, Alemania destaca por ser el principal proveedor suizo, sin embargo, Estados Unidos, aunque sigue teniendo una alta participación en las importaciones de Suiza, no tiene tanta relevancia como en sus exportaciones.

Evolución importaciones suizas por origen del producto 2014-2019 (Miles de Francos Suizos CHF)

Rank. 2019	País	2014	2015	2016	2017	2018	2019
1	Alemania	54.260.287	49.866.351	51.060.935	54.537.199	56.572.500	57.190.026
2	Italia	20.647.213	18.766.344	19.465.858	19.818.872	20.828.885	22.241.342
3	Francia	16.555.506	16.372.948	16.388.081	17.929.859	19.728.728	18.826.744
4	Estados Unidos de América	19.480.006	20.093.448	24.105.015	21.278.126	20.821.320	18.769.652
5	Reino Unido	30.805.563	31.032.502	18.742.212	19.131.644	25.984.533	16.358.940
6	China	12.139.988	12.390.806	12.311.722	13.108.880	14.438.068	15.057.683
7	Emiratos Árabes Unidos	3.028.540	3.700.473	16.081.016	9.881.756	10.126.520	14.961.444
8	Austria	8.833.618	7.491.219	7.797.646	7.882.724	8.311.034	8.450.316
9	Irlanda	7.180.426	7.009.717	7.643.123	7.728.497	8.609.155	7.550.631
10	España	4.898.456	4.572.824	5.101.866	5.350.251	5.565.450	6.367.636
11	Tailandia	1.859.639	2.477.371	4.945.441	4.293.629	2.598.519	5.565.927
12	Países Bajos	5.564.001	4.970.666	4.972.640	5.220.037	5.404.740	5.525.686
13	Bélgica	4.592.574	4.630.968	4.799.889	4.960.058	5.071.248	5.459.058
14	Japón	3.641.762	3.482.935	3.953.357	5.994.028	4.669.457	4.461.051
15	Hong Kong, China	2.827.638	2.609.717	8.178.030	9.228.295	3.833.206	3.803.802
23	Perú	2.634.937	2.962.462	2.937.056	2.688.662	2.258.436	2.284.655

Fuente: Swiss National Bank (SNB)

Los dos grupos de productos más importantes en el comercio exterior suizo son las joyas y materiales para producirlas y los productos farmacéuticos, siendo ambos los grupos más exportados e importados por el país. En las importaciones destacan más si caben las joyas y metales y piedras preciosas alcanzando un volumen de importación durante el año 2019 de más del doble de la segunda partida más importada (materiales farmacéuticos). Tras estos dos grupos, destacan las importaciones de máquinas y aparatos mecánicos y las de vehículos automóviles y tractores.

Mayores partidas arancelarias importadas 2015-2019 (Miles de Francos Suizos CHF)

HS CODE	2015	2016	2017	2018	2019
71--PIEDRA, METAL. PRECIO.; JOYER.	85.036.397	100.035.851	89.683.368	85.076.346	86.541.417
30--PRODUCTOS FARMACÉUTICOS	20.767.913	24.167.812	28.279.364	29.320.518	31.359.735
84--MÁQUINAS Y APARATOS MECÁNICOS	17.001.492	17.053.973	18.471.251	19.622.669	19.500.413
87--VEHÍCULOS AUTOMÓVILES; TRACTORES	14.286.678	14.304.889	14.761.821	15.166.825	15.947.612
85--APARATOS Y MATERIAL ELÉCTRICOS	13.191.710	13.255.910	13.961.427	14.584.682	14.495.436
29--PRODUCTOS QUÍMICOS ORGÁNICOS	10.779.597	12.231.482	10.861.471	12.625.423	13.308.776
27--COMBUSTIBLES, ACEITES MINERAL.	8.553.296	6.803.185	8.090.038	9.428.294	9.251.565
90--APARATOS ÓPTICOS, MEDIDA, MÉDICOS	7.027.352	7.315.164	7.553.070	8.092.600	8.304.987
39--MAT. PLÁSTICAS; SUS MANUFACTU.	5.789.866	5.922.623	6.324.713	6.799.356	6.505.852
94--MUEBLES, SILLAS, LÁMPARAS	4.153.816	4.244.011	4.317.133	4.515.706	4.399.199
TOTAL	186.588.117	205.334.900	202.303.656	205.232.419	209.614.992

Fuente: Swiss National Bank (SNB)

Como se comentaba previamente al igual que ocurría en las importaciones, los dos grupos de productos más exportados son las joyas y los productos farmacéuticos, con la diferencia de que mientras que la cifra de venta y compra de joyería y piedras y metales preciosos es similar, en el caso de los productos farmacéuticos Suiza tiene un gran superávit con una cifra de exportación muy superior a la de importación. Tras estos dos grupos, destacan las exportaciones de máquinas y aparatos mecánicos, de productos químicos orgánicos y de relojería, siendo en este último, uno de los productores más importantes del mundo.

Mayores partidas arancelarias exportadas 2015-2019 (Miles de Francos Suizos CHF).

HS CODE	2015	2016	2017	2018	2019
30--PRODUCTOS FARMACÉUTICOS	60.222.258	67.050.630	70.374.834	75.208.475	83.047.883
71--PIEDRA, METAL. PRECIO.; JOYER.	88.826.951	98.355.411	84.328.275	81.400.119	80.084.566
84--MÁQUINAS Y APARATOS MECÁNICOS	22.824.422	22.371.095	23.755.018	24.920.521	22.898.946
29--PRODUCTOS QUÍMICOS ORGÁNICOS	18.021.928	19.156.158	19.880.250	20.763.645	22.036.663
91--RELOJERIA	22.385.372	19.698.132	20.232.652	21.659.489	21.835.802
90--APARATOS ÓPTICOS, MEDIDA, MÉDICOS	15.262.649	15.413.235	16.061.938	17.345.412	17.307.016
85--APARATOS Y MATERIAL ELÉCTRICOS	12.017.473	12.015.891	12.242.726	12.832.669	12.575.663
39--MAT. PLÁSTICAS; SUS MANUFACTU.	4.892.114	4.911.023	5.099.103	5.554.500	5.230.177
33--ACEITES ESENCIALES Y RESINOIDES; PREPARACIÓN DE PERFUMERIA, DE TOCADOR O DE COSMETICA.	2.849.845	2.923.102	3.290.321	3.734.226	3.731.343
73--MANUF. DE FUNDIC., HIER./ACERO	2.845.829	2.823.189	2.996.901	3.130.836	2.892.257
TOTAL	250.148.841	264.717.866	258.262.018	266.549.892	271.640.316

Fuente: Swiss National Bank (SNB)

3.2.1.2. BALANZA DE FRUTAS Y HORTALIZAS

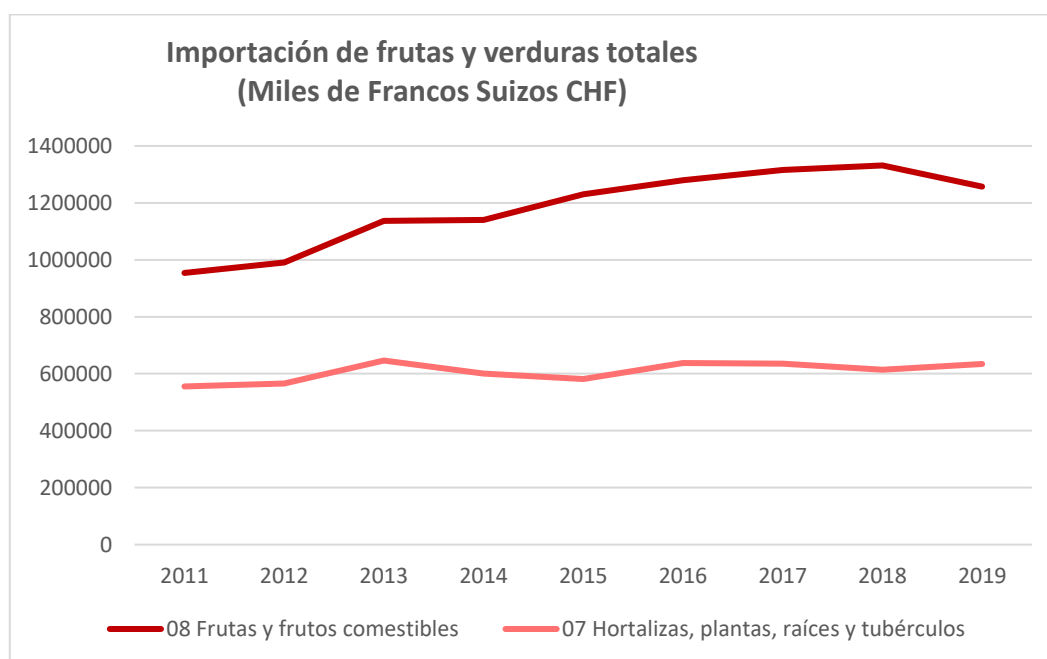
Para analizar el comercio de frutas y verduras se van a analizar las cifras de importaciones y exportaciones correspondiente a los capítulos 7 y 8 del código arancelario TARIC (Arancel Integrado Común). El capítulo 7 “Hortalizas, plantas, raíces y tubérculos alimenticios” está formado en su mayoría por verduras frescas y el capítulo 8 “Frutas y frutos comestibles” por fruta fresca.

Evolución del comercio exterior suizo de frutas y verduras 2012-2019 (Miles de Francos Suizos CHF)

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Exportaciones	16.410	20.316	21.034	22.510	23.719	23.945	25.369	24.856
Importaciones	1.556.206	1.783.235	1.740.775	1.810.979	1.917.250	1.951.032	1.945.510	1.891.475
Saldo comercial	-1.539.796	-1.762.919	-1.719.741	-1.788.469	-1.893.531	-1.927.087	-1.920.141	-1.866.619

Fuente: Swiss National Bank (SNB)

Como se aprecia en la tabla, Suiza tiene un saldo comercial negativo en lo que se refiera a frutas y verduras, con unas cifras de importación muy superiores a las de exportación, siendo estas últimas residuales, esto refleja la necesidad del país para abastecer la demanda de estos productos mediante importaciones debido a su incapacidad de cubrir esta demanda con producción interna. Por todo lo anterior, este punto del estudio se va a enfocar en las cifras de importación, ya que estas además de alcanzar una cifra considerable de cerca de dos mil millones de francos suizos, ha llevado una trayectoria ascendente durante los últimos años, hasta el punto de haber crecido en alrededor de un 22% desde el año 2012.



Fuente: Swiss National Bank (SNB)

Si vemos separadas las partidas de importación de frutas y verduras, se puede observar como las cifras de importación de frutas son alrededor del doble que las de importación de verduras, y aunque ambas han evolucionado favorablemente durante los últimos años de forma regular, la compra de frutas ha aumentado a mayor velocidad que la de verduras acrecentando más si cabe su diferencia.

Evolución importaciones suizas de frutas y verduras por origen del producto 2014-2019 (Miles de Francos Suizos CHF)

*Suma de los capítulos 8 y 9 del código TARIC (ARANCEL INTEGRADO COMÚN)

Rank. 2019	País	2014	2015	2016	2017	2018	2019
1	España	484.851	501.000	550.451	578.054	577.578	597.518
2	Italia	292.475	282.517	301.865	317.902	322.824	309.653
3	Turquía	96.626	130.002	106.468	102.785	84.609	83.267
4	Francia	108.182	108.041	109.914	106.382	89.302	75.975
5	Estados Unidos de América	75.136	90.805	85.004	69.123	74.763	72.864
6	Países Bajos	59.401	70.948	76.312	70.708	64.646	67.228
7	Perú	37.277	43.504	52.195	53.915	59.270	62.225
8	Alemania	53.092	53.993	59.685	58.279	57.059	48.003
9	Colombia	31.612	18.377	25.326	41.787	46.269	45.163
10	Sudáfrica	41.547	42.343	48.266	45.337	49.466	42.155
11	Marruecos	32.488	33.771	31.246	32.791	33.200	34.163
12	Chile	29.560	34.730	35.657	40.790	42.207	33.321
13	Brasil	23.667	22.176	21.729	22.893	22.051	23.248
14	China	22.422	20.657	23.129	22.145	21.693	23.151
15	Israel	24.016	22.319	23.555	25.069	22.076	21.353
TOTAL	Mundo	1.740.775	1.810.979	1.917.250	1.951.032	1.945.510	1.891.475

Fuente: Swiss National Bank (SNB)

Llama la atención como prácticamente la mitad de las exportaciones de fruta y verdura a Suiza se las reparten entre dos orígenes, España e Italia. Siendo el primero España, con casi el doble de exportaciones que Italia. Tras estos dos países se encuentran otros muchos que se reparten de forma más equitativa la cuota de mercado restante, entre estos se encuentra el Perú como el 7º país que más fruta y verdura exporta a Suiza, siendo además el segundo del continente americano después de Estados Unidos.

Si desglosamos por capítulo la participación del Perú, se observa cómo tiene más peso en las importaciones de fruta desde Suiza, siendo el 5º mayor exportador, con un peso algo menor en las exportaciones de hortalizas hacia el país (16º mayor exportador de hortalizas). Estas cifras hacen referencia al origen del producto por lo que es posible que las importaciones se hayan llevado a cabo a través de intermediarios de terceros países.

Principales subpartidas de hortalizas y frutas importadas por Suiza durante el 2019

Subpartida	Frutas y frutos comestibles; cortezas de agrios (cítricos), melones o sandías	Miles de Francos Suizos	Subpartida	Hortalizas, plantas, raíces y tubérculos alimenticios	Miles de Francos Suizos
'080390	Plátanos frescos o secos (plátanos excl.)	102.217	'070200	Tomates frescos o refrigerados	82.983
'080510	Naranjas, frescas o secas	75.426	'070960	Frutos de los géneros "Capsicum" o "Pimenta", frescos o refrigerados	78.785
'080610	Uvas frescas	65.692	'070999	Hortalizas frescas o refrigeradas ncop	68.639
'080440	Aguacates "paltas", frescos o secos	62.135	'070920	Espárragos, frescos o refrigerados	48.483
'080522	Clementinas	52.568	'070490	Coles, incl. los repollos, y coliflores, coles rizadas, colinabos y productos comestibles simil. ...	29.301
'081010	Fresas "frutillas", frescas	52.247	'070511	Lechugas repolladas, frescas o refrigeradas	27.648
'080930	Melocotones "duraznos", incl. los griñones y las nectarinas, frescos	51.282	'070700	Pepinos y pepinillos, frescos o refrigerados	27.626
'081040	Arándanos rojos, mirtilos y demás frutos del género "Vaccinium", frescos	49.217	'070959	Setas y demás hongos, comestibles, frescas o refrigeradas (exc. hongos del género "Agaricus" ...	24.691
'080550	Limonos "Citrus limon, Citrus limonum" y limas "Citrus aurantifolia, Citrus latifolia", frescos ...	46.795	'071080	Hortalizas, incl. "silvestres", aunque estén cocidas en agua o vapor, congeladas (exc. patatas ...	18.463
'080450	Guayabas, mangos y mangostanes, frescos o secos	45.525	'070410	Coles y brécoles "broccoli", frescos o refrigerados	16.742

Fuente: Swiss National Bank (SNB)

La hortaliza más importada por Suiza en 2019 fue el tomate seguido de cerca por el pimiento y el espárrago. Estos tres tipos de hortaliza abarcan más del 30% del total de importaciones de hortalizas, plantas, raíces y tubérculos alimenticios.



Fuente: LIDL SUIZA

La fruta más importada por Suiza es el plátano, con una cifra de importación muy por encima de la segunda fruta más importada, la naranja. El alto volumen de importación de plátanos se debe a que su consumo está igual de generalizado en la población que el resto de las frutas y verduras locales, con la diferencia de que en este caso al no existir producción local dependen íntegramente de las importaciones para su abastecimiento. Tras la naranja y el plátano, la tercera fruta más importada es la uva y la cuarta la palta.

Atendiendo a las principales subpartidas de fruta y verduras importadas por Suiza, se puede observar como que los principales productos hortofrutícolas importados coinciden en gran medida con la oferta exportadora peruana, de lo que se deduce el alto potencial de mercado para el Perú.



Fuente: LIDL SUIZA

3.2.1.3. IMPORTACIONES Y EXPORTACIONES DESDE PERU

Como se ha visto previamente Perú, al igual que la mayoría de los países de América Latina, no está entre los principales socios comerciales de Suiza, aunque, como ya se desglosará en este punto, tiene un papel exportador mucho mayor que importador. Además, si se desglosa por productos tiene una posición dominante en algunos capítulos como es el caso de las frutas.

Sin embargo, como se ha comentado antes se debe tener en cuenta que las cifras de importaciones suizas de frutas y verduras peruanas atienden al origen, aunque la importación se haya llevado a cabo a través de un intermediario de un tercer país. Es por eso por lo que dichas cifras difieren de las obtenidas a través del Sunat, siendo estas últimas prácticamente residuales.

Evolución del comercio exterior entre Perú y Suiza 2013-2019 (Miles de Francos Suizos CHF)

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Perú exporta a Suiza	3.136.349	2.634.937	2.962.462	2.937.056	2.688.662	2.258.436	2.284.655
Perú importa desde Suiza	181.624	150.668	150.684	163.734	154.682	168.130	171.737
Saldo comercial	2.954.725	2.484.269	2.811.778	2.773.322	2.533.980	2.090.306	2.112.918

Fuente: Swiss National Bank (SNB)

Las relaciones comerciales entre el Perú y Suiza son muy beneficiosas para el país andino, con un saldo comercial altísimo debido a un número elevado de exportaciones y casi nulo de importaciones. Sin embargo, cabe reseñar que, pese a mantener un elevado saldo comercial este se está viendo reducido debido a una disminución en el total de exportaciones, que viene en caída casi constante durante los últimos años.

Principales capítulos exportados desde Perú a Suiza en el año 2019 (Miles de Francos Suizos CHF)

Ranking	Capítulo TARIC (Arancel Integrado Común)	Exportaciones 2019
1	71 Perlas finas (naturales) o cultivadas, piedras preciosas o semipreciosas, metales preciosos, ...	2.180.417
2	08 Frutas y frutos comestibles; cortezas de agrios (cítricos), melones o sandías	57.294
3	09 Café, té, yerba mate y especias	16.701
4	07 Hortalizas, plantas, raíces y tubérculos alimenticios	4.931
5	61 Prendas y complementos (accesorios), de vestir, de punto	4.924
6	18 Cacao y sus preparaciones	4.002

Fuente: Swiss National Bank (SNB)

Para analizar las cifras totales de exportaciones peruanas a Suiza es importante tener en cuenta que estas están intensamente condicionadas por las elevadas cifras de exportación del capítulo 41 del código TARIC (Arancel Integrado Común) (Perlas finas naturales o cultivadas, piedras preciosas o semipreciosas y metales preciosos), estos productos no solo condicionan las cifras de comercio exterior con Perú, sino, que además supone el capítulo con mayor cifra de importaciones de todo Suiza y el segundo de exportaciones, en el caso de las importaciones totales del país, este capítulo supone el 31% de la cifra total nacional mientras que en el caso del Perú este porcentaje es mucho más elevado (95%). Cabe mencionar que, de los seis grupos de productos más exportados, cuatro son de carácter agroalimentario.

En el caso de las importaciones peruanas desde Suiza, los principales productos importados son los productos farmacéuticos seguido de los instrumentos y aparatos de óptica, fotografía o cinematografía y de aparatos de relojería.

Peso de la fruta y verdura sobre el total de importaciones suizas desde el Perú 2014-2019

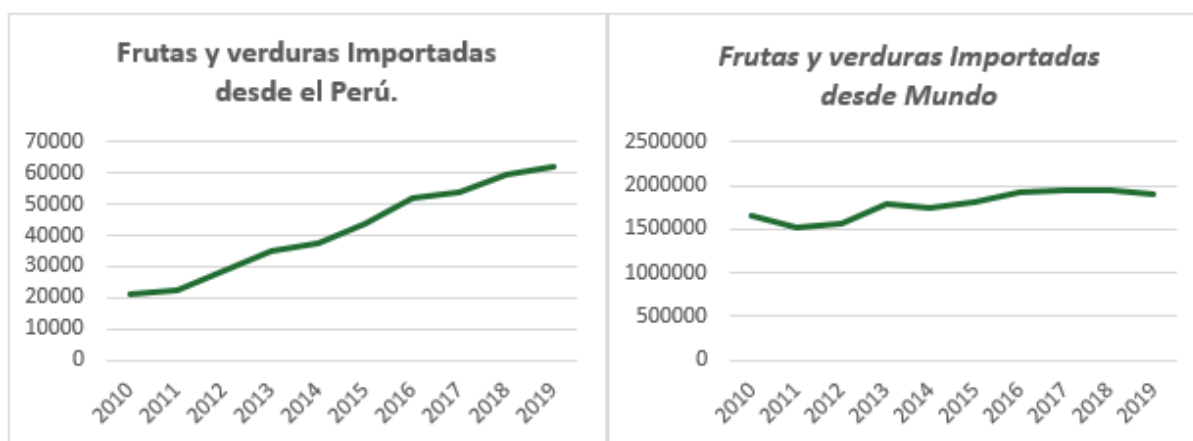
		2014	2015	2016	2017	2018	2019
Todos los productos (Sin capítulo 71: perlas, piedras y metales preciosos)	Miles CHF	83.364	89.935	99.349	99.013	106.948	104.238
08 Frutas y frutos comestibles; cortezas de agrios (cítricos), melones o sandías	%	36%	39%	45%	48%	49%	55%
07 Hortalizas, plantas, raíces y tubérculos alimenticios	%	26%	23%	17%	13%	12%	9%

Fuente: Swiss National Bank (SNB)

Si se desagrega el capítulo 71 se puede observar como el total del resto de productos exportados sigue una trayectoria ascendente, aumentando anualmente de forma casi ininterrumpida durante los últimos 7 años hasta superar desde el año 2018 los 100 millones de Francos Suizos.

También resalta como mientras que las verduras no suponen una cifra relevante con respecto al total, las frutas son el segundo grupo de productos más exportados desde el Perú hacia Suiza.

Si se atiende a la evolución de las exportaciones de fruta y verduras, se observa cómo han llevado una trayectoria ascendente durante los últimos años, haciendo al Perú parte de la tendencia global suiza de aumento de importaciones de estos productos, sin embargo, esto es debido al peso total de las frutas en la cantidad total, ya que en el caso de las verduras la cifra ha mermado casi en un 50% desde el año 2013.



*Unidad: Miles de Francos Suizos

Fuente: Swiss National Bank (SNB)

De hortalizas el único producto que exporta desde el Perú hacia Suiza es el espárrago siendo el cuarto producto hortofrutícola más importado desde Perú. Las frutas más exportadas son la palta, el plátano y el mango, todos ellos son productos relativamente frecuentes en los supermercados suizos (especialmente el plátano y la palta) que tienen que ser importados desde fuera de Europa por la baja producción regional.

Principales subpartidas de frutas y hortalizas exportadas desde el Perú a Suiza en 2019

Ranking	Subpartida	Frutas y hortalizas	Miles de Francos Suizos CHF
1	'080440	Aguacates "paltas", frescos o secos.	19.882
2	'080390	Plátanos frescos o secos (plátanos excl.).	15.401
3	'080450	Guayabas, mangos y mangostanes, frescos o secos.	12.101
4	'070920	Espárragos, frescos o refrigerados.	4.683
5	'081040	Arándanos rojos, mirtilos y demás frutos del género "Vaccinium", frescos.	5.075
6	'080610	Uvas frescas.	1.397
7	'081090	Tamarindos frescos, los anacardos, la jaca, litchis, sapotillos, maracuyá, carambola, pitahaya ...	1.349

Fuente: Swiss National Bank (SNB)

3.2.2. AUSTRIA

3.2.2.1. BALANZA GENERAL

El comercio exterior es uno de los pilares de la economía austriaca llegando a representar más del 100% de su PIB, además, si nos fijamos en su tendencia, esta refleja como este ha ido evolucionando de forma muy positiva durante los últimos 20 años, y esta evolución se puede apreciar tanto en las importaciones como en las exportaciones, llevando ambas una evolución paralela de crecimiento anual constante y manteniendo un saldo comercial según los datos del Banco Nacional Austriaco de más de diez mil millones de euros durante los últimos 6 años.

Los servicios constituyen alrededor del 25% del total de las exportaciones e importaciones austriacas y estos han evolucionado a un ritmo similar al de los bienes.

Evolución de la Balanza de Pagos Austria 2012-2019 (Millones de Euros €).

**Tasa de cambio Euros con Sol Peruano (1/12/2020): 1CHF=4,35PEN*

Balanza de Pago	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019*
Exportaciones	169.713	172.306	177.792	182.396	187.075	199.917	214.858	220.385
Bienes	124.660	123.695	126.107	129.182	131.522	140.641	151.599	153.241
Servicios	45.053	48.611	51.685	53.214	55.553	59.276	63.259	67.144
Importaciones	162.204	163.111	166.877	169.920	173.860	188.156	200.955	206.224
Bienes	127.822	124.691	125.270	126.905	128.910	139.133	147.967	149.457
Servicios	34.382	38.420	41.607	43.015	44.950	49.023	52.988	56.767
Saldo comercial	7.509	9.195	10.915	12.476	13.215	11.761	13.903	14.161
Bienes	-3.162	-995	837	2.277	2.613	1.508	3.632	3.784
Servicios	10.670	10.190	10.078	10.199	10.603	10.252	10.270	10.376
Saldo Cuenta Corriente	4.725	6.295	8.241	5.939	9.742	5.747	8.984	10.460

Fuente: Austrian National Bank (ONB)

La Unión Europea conforma una unión aduanera, por lo que los intercambios comerciales dentro de la región están exentos de aranceles. Esta situación favoreció enormemente el comercio dentro de las fronteras de la UE, esto unido a la distancia geográfica y las similitudes culturales, hace que Austria realice alrededor de todos sus intercambios comerciales con países de la Unión Europea.

El principal socio comercial de Austria es Alemania al que dedica un porcentaje altísimo de sus exportaciones y del que tiene cierta dependencia económica. Esto se debe a varios factores como la proximidad geográfica o el idioma común. La estrecha relación comercial entre estos dos países resulta de interés para el estudio por varios motivos que se verán en otros puntos del informe.

El país con una cuota mayor de importaciones desde Austria fuera de la Unión Europea es Estados Unidos, habiendo sido el 3º mayor cliente austriaco muy por detrás de Alemania y con un volumen similar al de Italia (2º). Otro país con una fuerte relación comercial con Austria es Suiza, con una situación similar a la alemana de proximidad geográfica y afinidad cultural.

Evolución exportaciones austriacas por destino 2014-2019 (Miles de Euros €).

Rank. 2019	Exportación	2014	2015	2016	2017	2018	2019
1	Alemania	39.161.634,00	40.515.113,00	41.091.527,00	42.955.092,59	44.517.683,35	44.536.465,66
2	Italia	8.410.813,40	8.410.516,90	8.528.802,80	8.965.719,98	9.428.237,07	9.445.208,84
3	Estados Unidos	7.483.332,90	8.738.924,30	8.596.371,90	8.799.283,05	9.092.665,41	9.099.436,61
4	Suiza	6.827.022,30	7.246.796,80	7.274.958,60	7.008.714,24	6.888.776,39	7.091.607,74
5	Eslovaquia	5.438.403,80	5.827.351,90	6.081.779,80	7.076.336,90	7.269.710,55	6.636.060,14
6	Francia	6.432.945,70	6.020.878,10	5.478.021,20	6.966.310,05	6.278.619,82	6.553.568,90
7	Hungría	4.532.855,90	4.499.325,30	4.576.172,30	4.915.836,76	5.145.903,31	5.632.774,28
8	República Checa	4.385.436,70	4.761.077,50	4.820.000,60	5.165.943,82	5.454.357,71	5.206.364,03
9	Polonia	4.094.746,00	4.385.394,40	4.190.547,90	4.505.577,83	4.779.255,68	5.160.238,79
10	Reino Unido	4.112.685,40	4.342.909,70	4.239.792,70	3.922.091,79	4.088.411,34	4.433.142,36
11	China	2.980.878,30	3.074.185,30	3.314.474,90	3.586.590,59	3.771.703,41	4.127.657,23
12	Eslovenia	2.564.415,50	2.729.557,10	2.714.744,90	2.933.109,62	3.016.342,33	3.093.520,24
13	Países Bajos	2.248.749,00	2.246.262,20	2.381.644,80	2.570.796,85	2.873.313,16	2.897.238,55
14	Bélgica	1.810.350,30	1.770.366,80	1.710.850,90	1.847.097,72	2.159.425,84	2.878.667,98
15	Rumanía	2.087.672,00	2.166.996,60	2.259.878,40	2.355.989,61	2.596.518,96	2.553.838,68
80	Perú	92.931,80	89.877,17	89.473,20	56.161,95	74.960,59	67.400,66

Fuente: Euroestacom (Eurostat)

En cuanto al origen de sus importaciones, destaca también Alemania muy por encima del resto de países, con un porcentaje de participación en el total de las importaciones austriacas incluso mayor del ya elevado porcentaje de exportaciones de Austria hacia Alemania. Tras Alemania los principales países de origen de las importaciones austriacas son países vecinos en Europa como Italia, Suiza y República Checa; China en Asia y Estados Unidos como principal exportador desde el continente americano.

Evolución importaciones austriacas por origen de los bienes 2014-2019 (Miles de Euros €).

Rank. 2019	Importación	2014	2015	2016	2017	2018	2019*
1	Alemania	48.543.290	49.243.680	50.413.887	54.399.257	55.850.258	55.304.528
2	Italia	8.033.347	8.199.697	8.394.079	9.087.565	9.955.027	10.387.295
3	China	7.322.719	7.956.902	7.971.979	8.505.433	9.110.251	9.824.710
4	Estados Unidos	4.404.228	5.255.230	5.002.044	5.813.057	5.984.147	7.111.512
5	República Checa	5.405.234	5.577.272	5.865.778	6.349.910	6.788.973	6.680.385
6	Suiza	6.633.011	7.498.298	7.102.537	7.624.574	6.801.879	6.071.095
7	Polonia	2.569.482	2.985.416	3.334.970	3.804.951	4.196.148	4.665.495
8	Hungría	3.824.497	3.457.235	3.520.594	3.958.488	4.191.845	4.300.423
9	Países Bajos	3.483.418	3.520.044	3.487.057	4.086.819	4.276.346	4.217.568
10	Francia	3.629.459	3.584.712	3.651.419	3.952.306	4.282.996	4.208.615
11	Eslovaquia	2.866.913	2.967.916	2.964.446	3.027.478	3.498.977	3.282.988
12	Reino Unido	2.305.870	2.445.583	2.697.342	2.468.101	2.869.227	2.808.481
13	Rusia	2.294.603	2.435.981	2.463.043	2.765.110	3.291.083	2.761.815
14	España	2.172.630	2.286.367	2.556.057	2.382.090	2.527.024	2.698.749
15	Japón	1.746.118	1.867.265	1.973.331	2.149.015	2.240.202	2.247.798
66	Peru	41.123	60.377	71.819	83.050	90.360	95.083

Fuente: Statistics Austria.

Austria es un país con una fuerte industria y esto puede comprobarse al ver los principales capítulos arancelarios de productos importados y exportados donde se aprecia como los tres primeros capítulos coinciden en las dos tablas: Máquinas y aparatos mecánicos (1º), Aparatos y material eléctrico (2º) y vehículos automóviles (3º). El hecho de que coincidan es debido a la industria austriaca que importa productos para su transformación y reexportación.

Mayores partidas arancelarias importadas 2014-2019 (Miles de Euros €).

HS CODE	2014	2015	2016	2017	2018	2019
84--MÁQUINAS Y APARATOS MECÁNICOS	17.893.277	18.670.322	19.008.751	20.329.234	21.595.982	21.953.799
85--APARATOS Y MATERIAL ELÉCTRICOS	14.958.823	16.031.777	16.509.019	18.120.069	19.476.864	18.999.353
87--VEHÍCULOS AUTOMÓVILES; TRACTORES	13.281.310	14.183.256	15.967.579	17.371.511	17.958.091	18.838.376
27--COMBUSTIBLES, ACEITES MINERAL.	13.024.283	10.537.720	8.933.926	8.058.747	9.708.610	9.773.005
39--MAT. PLÁSTICAS; SUS MANUFACTU.	6.124.403	6.216.754	6.139.576	6.650.620	7.048.288	6.946.820
30--PRODUCTOS FARMACÉUTICOS	4.523.870	4.760.354	5.163.437	5.292.606	6.149.211	6.735.977
73--MANUF. DE FUNDIC., HIER./ACERO	3.822.683	3.907.125	4.058.670	4.387.651	4.795.764	4.781.338
29--PRODUCTOS QUÍMICOS ORGÁNICOS	4.135.189	4.620.554	4.534.737	4.999.156	4.063.073	4.311.295
90--APARATOS ÓPTICOS, MEDIDA, MÉDICOS	3.299.122	3.524.334	3.699.271	3.838.231	4.049.201	4.288.052
72--FUNDICIÓN, HIERRO Y ACERO	3.295.490	3.269.472	3.228.809	3.969.086	4.356.949	3.705.857
TOTAL	84.358.450	85.721.668	87.243.775	93.016.911	99.202.033	100.333.872

Fuente: Eurostatcom (Eurostat)

Al igual que ocurre con las importaciones las principales partidas exportadas por Austria son de productos industriales, englobando desde maquinaria de producción hasta a automóviles. Otro sector clave en el comercio exterior austriaco es el de los productos farmacéuticos (cuarto capítulo de mayor exportación) y con un alto saldo comercial.

Mayores partidas arancelarias exportadas 2014-2019 (Miles de Euros €).

HS CODE	2014	2015	2016	2017	2018	2019
84--MÁQUINAS Y APARATOS MECÁNICOS	24.389.434	25.062.710	24.786.612	26.316.830	26.121.234	27.317.902
85--APARATOS Y MATERIAL ELÉCTRICOS	15.992.174	17.152.626	16.804.573	18.401.357	19.368.790	17.762.471
87--VEHÍCULOS AUTOMÓVILES; TRACTORES	11.228.368	11.894.618	12.751.855	13.760.566	15.562.602	17.063.507
30--PRODUCTOS FARMACÉUTICOS	6.991.049	7.310.901	7.754.930	8.012.012	8.411.373	10.067.546
39--MAT. PLÁSTICAS; SUS MANUFACTU.	6.344.673	6.515.501	6.464.487	6.132.222	6.608.652	6.385.505
72--FUNDICIÓN, HIERRO Y ACERO	5.486.102	5.522.754	5.338.487	6.213.201	6.512.373	5.998.609
73--MANUF. DE FUNDIC., HIER./ACERO	4.836.604	4.577.204	4.270.308	4.802.883	5.228.454	5.218.743
44--MADERA Y SUS MANUFACTURAS	3.786.500	3.921.294	4.243.181	4.499.330	4.795.910	4.782.941
90--APARATOS ÓPTICOS, MEDIDA, MÉDICOS	3.629.003	3.778.898	3.710.735	3.793.021	4.045.750	4.371.349
48--PAPEL, CARTÓN; SUS MANUFACTURAS	4.118.423	4.192.758	4.119.839	3.716.160	3.984.125	3.898.912
TOTAL	86.802.329	89.929.263	90.245.006	95.647.582	100.639.263	102.867.485

Fuente: Euroestacom (Eurostat)

3.2.2.2. BALANZA DE FRUTAS Y HORTALIZAS

Al igual que con Suiza se van a utilizar los datos agregados del capítulo 7 y 8 del código TARIC (ARANCEL INTEGRADO COMÚN), ya que ambos están formados en su mayoría por frutas y verduras frescas.

Evolución del comercio exterior austriaco de frutas y verduras 2012-2019 (Miles de Euros €).

*Suma de los capítulos 8 y 9 del código TARIC (ARANCEL INTEGRADO COMÚN)

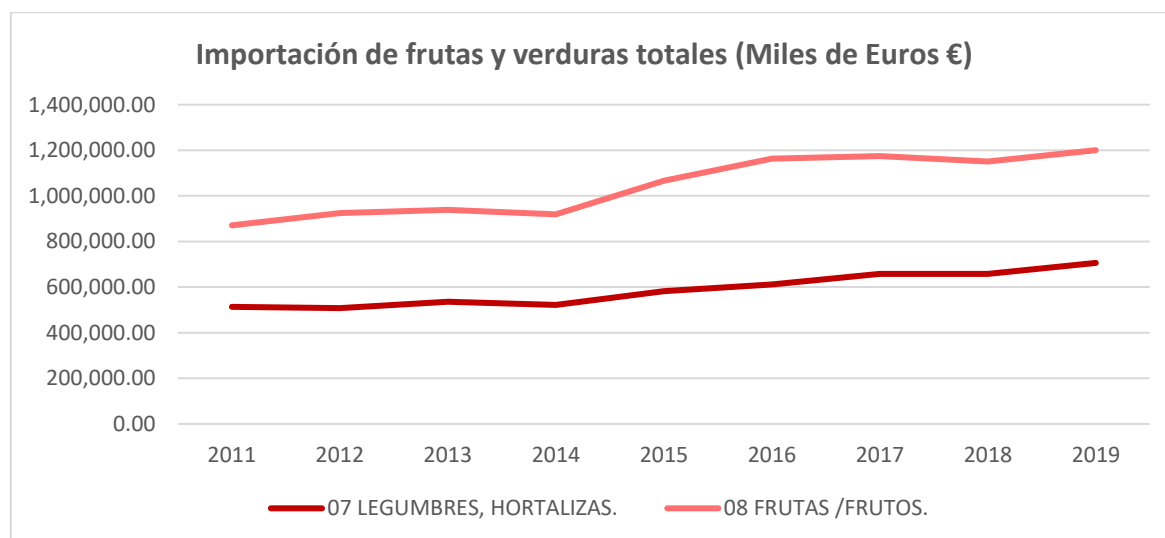
	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Exportaciones	340.095	350.716	343.309	386.236	427.290	397.644	423.512	460.648
Importaciones	1.221.069	1.307.197	1.305.496	1.513.957	1.607.256	1.689.426	1.686.243	1.780.822
Saldo comercial	-880.975	-956.481	-962.187	-1.127.722	-1.179.966	-1.291.783	-1.262.731	-1.320.174

Fuente: Statistic Austria

Si bien las exportaciones de frutas y verduras representan una cantidad más relevantes que en el caso de Suiza, también se puede observar cómo son mucho menores que las importaciones y esto provoca

un saldo comercial bastante negativo reflejando la necesidad de importar estos productos por la incapacidad del país para satisfacer con producción interna la demanda nacional.

El saldo comercial negativo se ha ido agrandando durante los últimos años, ya que, aunque las exportaciones han venido aumentando, no lo han hecho al mismo ritmo que las importaciones.



Fuente: Euroestacom (Eurostat)

Si observamos por separado la evolución de las importaciones de frutas y hortalizas, se puede apreciar cómo, aunque ambas aumentan a un ritmo similar, las importaciones de frutas además de tener un peso mucho mayor sobre el total de las importaciones, también su evolución ha sido algo más positiva durante los últimos 5 años.

Evolución importaciones austriacas de frutas y verduras por origen del producto 2014-2019

*Suma de los capítulos 8 y 9 del código TARIC (ARANCEL INTEGRADO COMÚN) Miles de Euros €

Rank. 2019	País	2014	2015	2016	2017	2018	2019*
1	España	218.779	261.487	299.064	319.529	322.787	357.346
2	Italia	257.588	283.906	314.055	331.902	319.210	291.799
3	Alemania	166.786	178.009	167.181	201.287	214.878	239.233
4	Turquía	74.387	98.138	124.660	102.690	95.444	117.927
5	Países Bajos	53.864	59.093	59.788	68.463	68.224	80.949
6	Polonia	31.878	37.259	40.272	42.551	45.921	50.446
7	Hungría	42.886	45.948	43.284	46.644	39.295	44.721
8	Colombia	18.976	23.468	25.850	30.785	39.286	39.990
9	Ecuador	45.113	44.810	40.748	33.684	35.705	38.424
10	Peru	12.289	20.005	28.103	32.550	35.002	36.530
11	Serbia	36.077	48.139	41.242	43.979	32.160	32.636
12	Grecia	18.452	21.809	27.462	22.820	23.591	29.879
13	Bélgica	26.156	26.814	28.170	27.950	27.538	29.500
14	Sudáfrica	25.260	31.381	33.693	29.772	32.907	28.339
15	Costa Rica	28.257	33.467	26.241	27.390	23.435	27.473
TOTAL	Mundo	1.305.496	1.513.957	1.607.256	1.689.426	1.686.243	1.780.822

Fuente: Statistics Austria.

Para analizar la tabla anterior se ha de tener en cuenta que las estadísticas proporcionadas por las aduanas austriacas califican las importaciones según el país de origen del bien y no el de la empresa intermediaria o reexportadora. Según el criterio mencionado se puede apreciar como al igual que ocurre a la mayoría de los países europeos, sus principales proveedores de productos agroalimentarios son España e Italia, tras estos dos en una segunda línea se encuentran Alemania (que aparece en la cabeza de casi todas las exportaciones de bienes y servicios a Austria) y Turquía, y estos cuatro países representan más de la mitad de todas las importaciones austriacas de productos hortofrutícolas.

Si se observa el ranking, tras los cuatro primeros países se encuentran una serie más larga de países que presentan unas cifras de exportaciones similares entre los que se encuentran varios países latinoamericanos como Colombia, Perú, Ecuador y Costa Rica.

Principales subpartidas de hortalizas y frutas importadas por Austria durante el 2019

Subpartida	Frutas y frutos comestibles; cortezas de agrios (cítricos), melones o sandías	Miles de Euros.	Subpartida	Hortalizas, plantas, raíces y tubérculos alimenticios	Miles de Euros.
'080390	Plátanos frescos o secos (plátanos excl.)	116.778	'070960	Frutos de las del género "Capsicum" o "Pimenta", frescos o refrigerados	101.623
080610	Uvas frescas	67.979	070200	Tomates frescos o refrigerados	85.382
080929	Cerezas frescas	64.536	070999	Hortalizas frescas o refrigeradas ncop	82.571
'080550	Limonos "Citrus limon, Citrus limonum" y limas "Citrus aurantifolia, Citrus latifolia", frescos ...	54.831	070519	LECHUGAS, FRESCAS O REFRIGERADAS (EXCEPTO LECHUGAS REPELLADAS).	36.269
081010	Fresas "frutillas", frescas	54.228	070190	PATATAS FRESCAS O REFRIGERADAS (EXCEPTO PARA SIEMBRA).	36.101
080510	Naranjas, frescas o secas	52.194	'070700	Pepinos y pepinillos, frescos o refrigerados	35.048
081020	Frambuesas, zarzamoras y moras frescas.	45.097	'071080	Hortalizas, incl. "silvestres", aunque estén cocidas en agua o vapor, congeladas (exc. patatas ...	31.943
081040	Arándanos rojos, mirtilos y demás frutos del género "Vaccinium", frescos	41.329	070993	CALABAZAS (ZAPALLOS) Y CALABACINES (CUCURBITA SPP), FRESCAS O REFRIGERADAS.	26.018
080440	Aguacates "paltas", frescos o secos	35.931	'070959	Setas y demás hongos, comestibles, frescas o refrigeradas (exc. hongos del género "Agaricus" ...	23.398
080522	Clementinas	34.090	'070490	Coles, incl. los repollos, y coliflores, coles rizadas, colinabos y productos comestibles simil. ...	22.404

Fuente: Eurostacom (Eurostat)

Aunque en Europa existen distintos hábitos de consumo y cocina según cada país, en cuanto al consumo de fruta y verdura existen ciertas similitudes, por lo que atendiendo a las estadísticas se aprecia como las importaciones de estos productos siguen un patrón común y aunque varía, tienen ciertas coincidencias entre los productos hortofrutícolas importados por los países europeos.

La fruta más importada por Austria con mucha diferencia sobre la segunda es el plátano, esto ocurría con Suiza y con muchos de los países europeos y como se ha comentado previamente se debe a la unión de dos factores, uno es el consumo generalizado del producto ya que el plátano es una de las frutas más consumidas en Europa, y el segundo es la falta de producción europea, esto crea la

necesidad de importar desde fuera del continente europeo prácticamente la totalidad del producto. Tras el plátano las siguientes frutas más importadas son la uva y la cereza.

Resulta interesante como dentro de las 10 frutas más importadas por Austria se pueden encontrar varias de producción peruana como el plátano, la uva o la palta.



Fuente: LIDL SUIZA y AUSTRIA

En el caso de las hortalizas las más importadas son las del género “Capsicum”, esta categoría incluye a los pimientos y en 2019 las importaciones superaron los 100 millones de euros, después del pimiento la segunda hortaliza de mayor importación en 2019 fue el tomate, y tras este la tercera partida en el ranking es “Hortalizas frescas o refrigeradas ncop” que hace referencia a todas las hortalizas del capítulo 07 del código TARIC (ARANCEL INTEGRADO COMÚN) que debido a su cantidad residual no tienen asignados un código arancelario específico.

Ya con una cifra de importación mucho menor que las de las anteriores, les siguen la lechuga, la papa y el pepino.



Fuente: LIDLE SUIZA Y AUSTRIA

A diferencia de lo que ocurría en el caso de la fruta, las verduras que más exporta Perú no coinciden con las mayores partidas de importación austriacas.

3.2.2.3. IMPORTACIONES Y EXPORTACIONES DESDE PERU

Para analizar las estadísticas de comercio internacional entre el Perú y Austria se va a utilizar de fuente a las estadísticas oficiales austriacas. Hay que tener en cuenta que muchos de los productos de origen peruano que llegan a Austria entran a través de reexportaciones o intermediarios de otros países, por esta razón en las estadísticas del SUNAT o Eurostat (estadísticas de la Unión Europea) reflejan un comercio casi inexistente entre estos dos países, por esta razón se utilizarán en este punto las estadísticas de comercio internacional oficiales del gobierno de Austria, las cuales contabilizan las importaciones atendiendo al origen del producto.

Evolución del comercio exterior entre Perú y Austria 2013-2019 (Miles de Euros €)

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019*
Perú exporta a Austria	28.275.328	41.122.839	60.377.098	71.818.532	83.050.418	90.360.280	95.082.652
Perú importa desde Austria	95.610.841	92.397.544	89.183.585	85.741.843	60.017.994	82.066.752	75.041.457
Saldo comercial	-67.335.513	-51.274.705	-28.806.487	-13.923.311	23.032.424	8.293.528	20.041.195

Fuente: Statistics Austria.

El comercio bilateral entre Austria y Perú ha sufrido una serie de cambios durante los últimos 10 años. Mientras que las exportaciones hacia Austria no eran muy altas, estas han ido aumentando de forma progresiva hasta incrementarse en más de un 300% en tan solo 6 años, esto unido a una disminución en las exportaciones desde Austria hacia el Perú ha desembocado en un saldo comercial positivo para el Perú durante los últimos años.

Principales capítulos exportados desde Perú a Austria en el año 2019 (Miles de Euros €)

Ranking	Capítulo TARIC (Arancel Integrado Común)	Exportaciones 2019*
1	79 Cinc y manufacturas de cinc	40.229
2	08 Frutas y frutos comestibles; cortezas de agrios (cítricos), melones o sandías	35.295
3	09 Café, té, yerba mate y especias	4.061
4	61 Prendas y complementos (accesorios), de vestir, de punto	3.298
5	20 Preparaciones de legumbres u hortalizas, de frutos o de otras partes de plantas	2.540
6	10 Cereales	1.372
7	16 Preparaciones de carne, de pescado o de crustáceos, de moluscos o de otros invertebrados acuáticos.	1.269
8	07 Hortalizas, plantas, raíces y tubérculos alimenticios	1.235

Fuente: Statistics Austria.

El producto peruano más importado por el mercado austriaco es el cinc, lo cual concuerda con el enorme potencial minero del país andino. Llama especialmente la atención como tras el cinc 6 de los 7 capítulos de mayor importación de Austria son productos alimenticios y mientras las hortalizas pese

a ser el octavo capítulo más exportado, no presenta una cantidad relevante. La fruta sin embargo el segundo grupo de productos tras el cinc de mayor aceptación por el mercado austriaco.

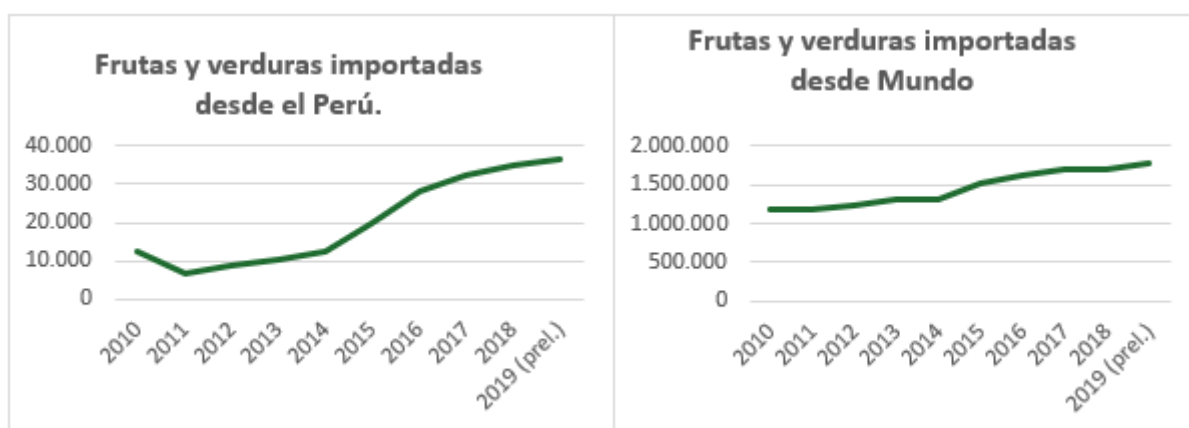
Peso de la fruta y verdura sobre el total de importaciones austriacas desde el Perú 2014-2019

		2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Todos los productos	€ Miles	28.275	41.123	60.377	71.819	83.050	90.360	95.083
08 Frutas y frutos comestibles; cortezas de agrios (cítricos), melones o sandías	%	34%	28%	31%	38%	38%	36%	37%
07 Hortalizas, plantas, raíces y tubérculos alimenticios	%	10%	7%	6%	4%	4%	6%	3%

Fuente: Statistics Austria.

Tal y como se veía en la tabla anterior, la fruta representa un 37% del total de los productos peruanos exportados a Austria, además su progresión ha sido positiva durante los últimos años acompañando el enorme incremento del total de bienes que han importado los austriacos con origen Perú. De hecho, se puede apreciar como son el cinc y las frutas los productos que delimitan esta tendencia en las importaciones por su enorme participación relativa sobre la cifra total.

En cambio, en el caso de las hortalizas no solo tienen una cifra de importaciones desde Austria muy inferior al de las frutas sino que además su peso relativo con respecto al total ha venido disminuyendo de una forma drástica a medida en que han aumentado la de otros productos, no queriendo decir esto que hayan disminuido las importaciones absolutas de este producto desde el Perú, sino que estas se han mantenido más o menos constantes mientras que las de otros productos de más peso han aumentado de forma exponencial.



*Unidad: Miles de Euros

Fuente: Statistics Austria.

El gráfico anterior refleja dos tendencias, la primera muestra como en Austria se ha venido viendo una tendencia durante los últimos 20 años de un fuerte incremento en las importaciones hortofrutícolas

que han aumentado de forma regular y casi ininterrumpida incluso experimentado un incremento exponencial mayor desde el 2014 hasta ahora. En el otro gráfico se comprueba como esta tendencia es aplicable también a las importaciones de este tipo de productos con origen peruano, que pese una breve bajada durante el año 2010 ha mantenido una tendencia alcista hasta los últimos datos de 2019. El aumento de las importaciones desde Perú ha evolucionado incluso proporcionalmente más que lo ha hecho el total de las importaciones desde el resto del mundo.

Como se comenta previamente, este aumento en las importaciones desde Perú está protagonizado por las importaciones de fruta, ya que estas han crecido a un ritmo mucho mayor que las hortalizas y con un volumen con respecto al total mucho mayor.

Ranking	Subpartida	Frutas y hortalizas	Miles de Euros €
1	'080390	Plátanos frescos o secos (plátanos excl.).	9.888
2	'081040	Arándanos rojos, mirtilos y demás frutos del género "Vaccinium", frescos.	9.204
3	'080440	Aguacates "paltas", frescos o secos.	8.688
5	'080450	Guayabas, mangos y mangostanes, frescos o secos.	4.357
6	'080610	Uvas frescas.	1.858

Fuente: Statistics Austria.

3.3. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA.

Como se ha podido evaluar en el punto de la producción local de fruta y verdura, la competencia no viene por parte de la fruta y verdura local, ya que los cultivos austriacos y suizos difieren enormemente de la oferta peruana y en la mayoría de los productos hortofrutícolas exportados por Perú no pueden ser producidos no solo en Suiza y Austria sino, que además son difíciles de encontrar entre los cultivos del resto de países del continente.

Para analizar los países considerados como competencia para el Perú en las ventas de frutas y verduras a Suiza y Austria, hay que tener en cuenta una serie de factores. El más importante es el tipo de producto para el que se quiere analizar esta competencia, por ejemplo aunque España e Italia son los mayores exportadores de productos hortofrutícolas, alcanzando entre ambos una altísima cuota de mercado, no deben de ser considerados como la única competencia para la mayoría de productos exportables por Perú, ya que la cuota de mercado de estos dos países está protagonizada por productos que o bien no se cultivan en el Perú o bien no se producen de forma en que puedan llegar a ser competitivos en estos mercados. Existen algunas excepciones a la afirmación.

A la hora de enfocar el análisis de la competencia para las empresas exportadoras de frutas y verduras peruanas, se puede dividir en dos grupos, por un lado, las empresas de los países de origen de los

productos también comercializados por el Perú, y por otro las empresas de los países europeos que hacen de intermediarios entre el país de origen y el importador austriaco o suizo.

Principales orígenes por producto.

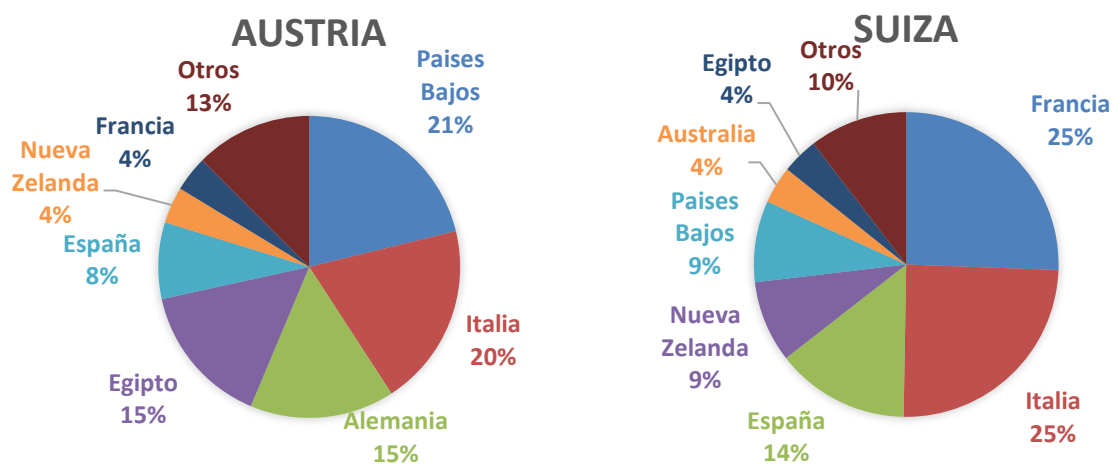
Además de identificar los países de origen que comercializan productos similares a la oferta exportable peruana, es importante conocer la estacionalidad de las frutas y verduras frescas en los orígenes que son competencia del Perú en Suiza y Austria para identificar oportunidades de mercado.

- Cebolla:

La cebolla es uno de los productos del estudio con una mayor oferta a nivel mundial. Se cultiva en todos los continentes y no es de los productos más afectados por la temporalidad, puesto que existen numerosas variedades y es posible almacenarla por un tiempo. Los principales competidores para las empresas exportadoras de cebolla en Suiza y en Austria son las empresas productoras locales de ambos países, ya que en ambos existe una relevante producción, y el consumidor final prioriza al producto local, dejando a las importaciones en un segundo plano.

Importaciones Cebolla 2019

**Unidad de medida: Valor import. Precio CIF (Coste seguro y flete).*



Fuente: *Statistics Austria y Swiss National Bank*

Austria

La cebolla de origen peruano no tiene mucho peso en el mercado austriaco, que como se ha comentado antes prioriza al agricultor local. Sin embargo, su producción nacional no consigue satisfacer toda la demanda del país por lo que recurren a las importaciones. Hay 33 orígenes diferentes más populares que el Perú, entre los que destacan algunos países europeos como Países Bajos, Italia y Alemania, que juntos abarcan la mayoría de las exportaciones de cebolla a Austria. El 4º origen más importante es Egipto que además es el principal país no europeo. Las exportaciones desde Egipto empiezan entre noviembre y diciembre y decaen en abril.

Suiza

En Suiza también se favorece el consumo de producción local, tanto por parte del consumidor final que prioriza al agricultor local, como por parte del gobierno, que reparte unas cuotas de importación a la cebolla, permitiendo la importación solo cuando la producción local no cubre la demanda.

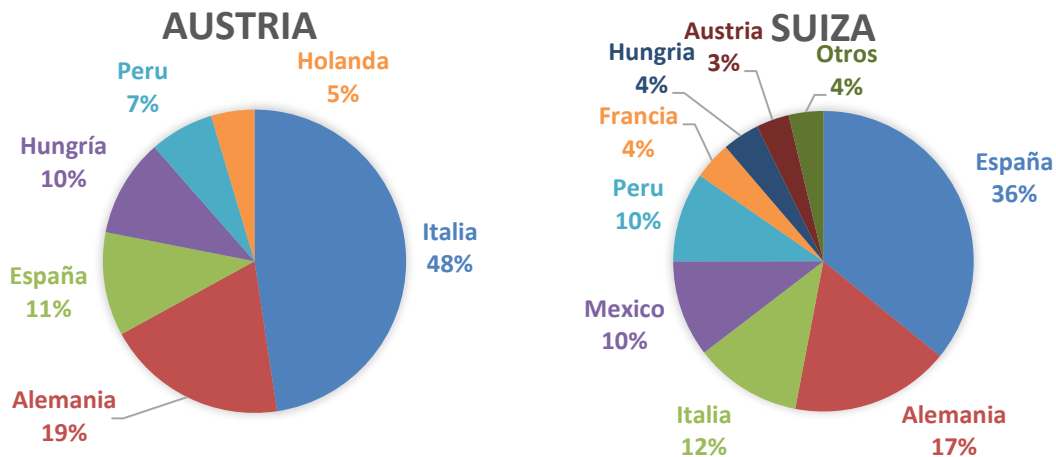
La cebolla peruana tampoco es prioritaria en el mercado suizo, siendo los principales orígenes de importación Francia e Italia en primer lugar, por la importante influencia que estos países ejercen sobre las zonas limítrofes con Suiza. España como tercer país más importante y Nueva Zelanda como principal exportador no europeo, junto con en menor medida Australia. Los meses en los que tanto Nueva Zelanda como Australia comercializan sus productos en el mercado europeo son desde abril hasta junio.

- Espárrago:

El espárrago al igual que la cebolla también tiene zonas de cultivo en Suiza y Austria, sin embargo, tampoco son suficientes para satisfacer la demanda nacional y requieren de importaciones. Debido a la estacionalidad del producto y a que su momento de recolecta no coincide con el periodo en el que se recolecta en el Perú, dejan a este país en una buena situación de cara a su consolidación en el mercado europeo.

Importaciones Espárragos 2019

*Unidad de medida: Valor import. Precio CIF (Coste seguro y flete).



Fuente: *Statistics Austria y Swiss National Bank*

Austria

Más de un tercio de las importaciones de espárragos de Austria proceden de Italia, siendo este país con diferencia su mayor proveedor del producto, tras Italia los países europeos que más espárragos exportan a Austria son Alemania, Hungría y España. Perú es el principal origen de fuera del continente europeo seguido de lejos por México. Debido a la cosecha, los meses de mayor comercialización del espárrago italiano en Europa son de abril a junio con una temporalidad similar a la de Alemania y Hungría. Sin embargo, en el trabajo de campo se pudo apreciar como en ocasiones fuera de la temporada europea no se comercializan espárragos en los supermercados.

Suiza

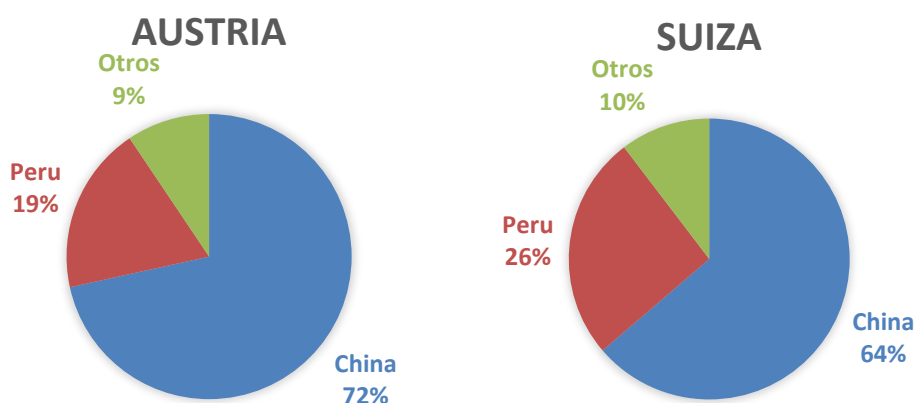
El mayor exportador de espárragos a Suiza es con diferencia España, con exportaciones durante el 2019 por valor de más de 18 millones de francos suizos, tras España están otros países europeos como Alemania o Italia, el cuarto y quinto puesto, entre los principales orígenes, fueron en 2019 México y Perú respectivamente como principales orígenes no europeos. Los meses en los que México exporta mayor producción de espárragos al continente europeo son febrero y marzo, mientras que para España son los meses comprendidos entre marzo y junio.

- Jengibre:

Si bien las importaciones suizas y austriacas de jengibre no son tan relevantes como las del resto de frutas y verduras del estudio, este producto tiene relevancia para el Perú puesto que es uno de los pocos orígenes que se comercializan en ambos mercados.

Importaciones Jengibre 2019

*Unidad de medida: Valor import. Precio CIF (Coste seguro y flete).



Fuente: *Statistics Austria y Swiss National Bank*

Austria

Las importaciones de jengibre en Austria están prácticamente monopolizadas por dos países China y Perú. China es el mayor exportador de jengibre a Austria con una cuota de mercado durante el año 2019 de alrededor de un 65%, tras China el segundo país más relevante es Perú con una cuota ese mismo año del 28%, juntos abarcan casi la totalidad del mercado.

Suiza

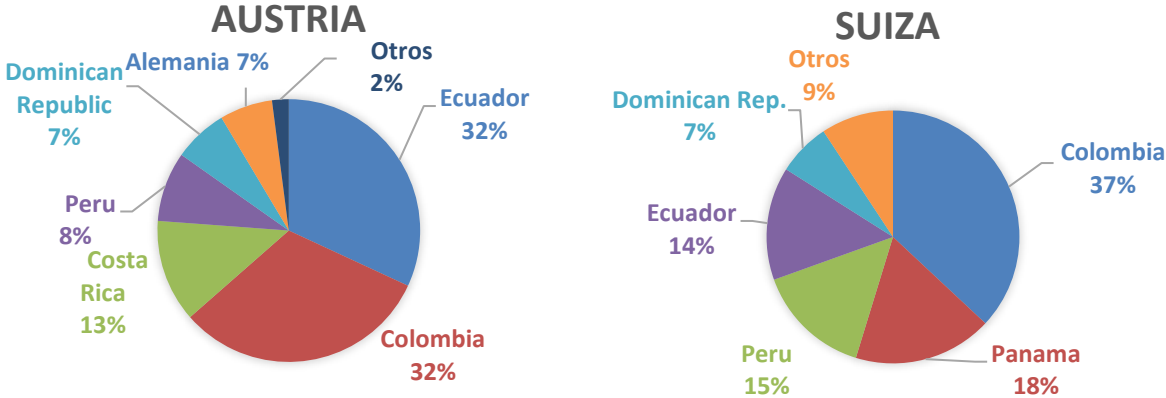
La situación en Suiza es muy similar a la de Austria, con unas importaciones totales durante el 2019 de alrededor de 5 millones de francos, y con un reparto similar entre China y Perú. Aunque los meses en los que China realiza un mayor volumen de exportación a Europa son de febrero a mayo, mantienen un volumen de exportaciones elevado durante todo el año, sin grandes problemas de estacionalidad.

- Bananas:

Las bananas es una de las frutas más populares tanto en Austria como en Suiza, y su cultivo en el continente europeo es casi inexistente, por lo que las importaciones de este producto ostentan cantidades mayores al resto de frutas y verduras. Los países competidores del Perú en la comercialización de bananas en el mercado suizo y austriaco son casi todos del continente americano.

Importaciones Bananas 2019

*Unidad de medida: Valor import. Precio CIF (Coste seguro y flete).



Fuente: Statistics Austria y Swiss National Bank

Austria

Ecuador es el mayor exportador de plátanos a Europa y es el protagonista en las ventas de este producto en el mercado austriaco, tras Ecuador, con una cuota de mercado también muy elevada se encuentra Colombia. Tras estos dos países destacan Costa Rica, Perú y en menor medida República Dominicana.

Suiza

La banana del Perú es una de las más consumidas en el mercado suizo superadas solo por Panamá y Colombia, siendo este último el que domina el mercado.

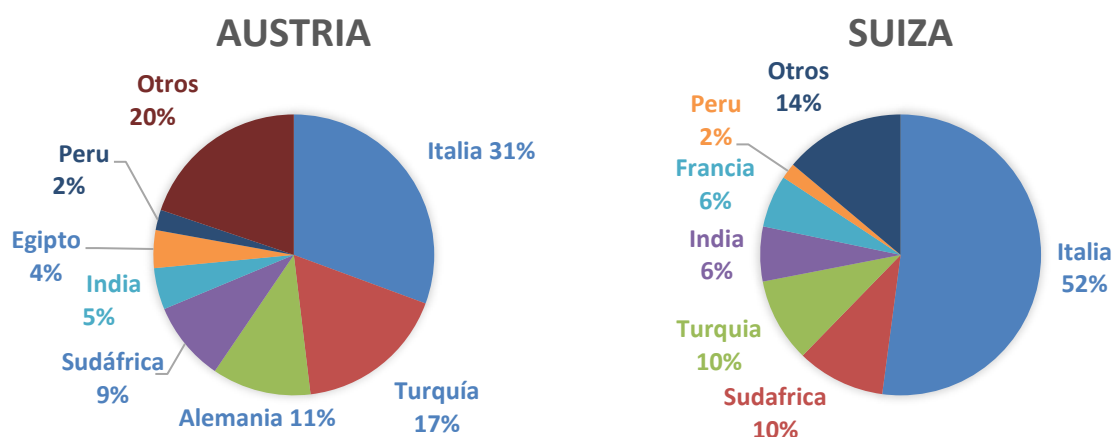
La estacionalidad no es un aspecto relevante en las importaciones europeas de banana puesto que hay abastecimiento por parte de los países proveedores durante todos los meses del año.

- Uva:

La uva es también una de las frutas más populares tanto en Suiza como en Austria, pero a diferencia de la banana si tiene una producción relevante en Europa, siendo Italia el principal proveedor de uva de Italia en los países del continente europeo.

Importaciones Uva 2019

*Unidad de medida: Valor import. Precio CIF (Coste seguro y flete)



Fuente: Statistics Austria y Swiss National Bank

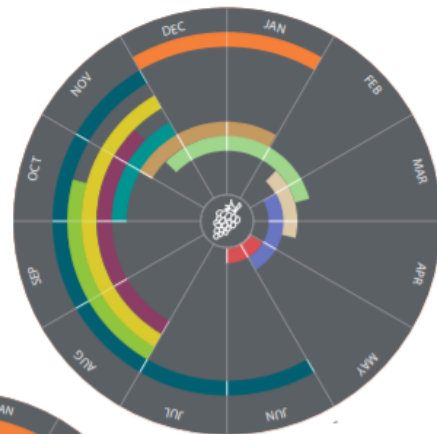
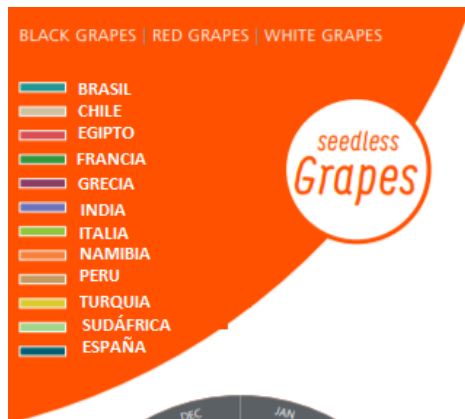
Austria

Las estadísticas muestran como el mayor exportador de uva de mesa a Austria es Italia, además de los datos de aduanas en el trabajo de campo se ha podido contrastar como prácticamente toda la uva comercializada en las principales cadenas de supermercados del país tienen este origen durante los meses en los que Italia tiene producción. Tras Suiza los principales países no europeos que exportan uva a Austria son Turquía y Sudáfrica. El periodo principal de comercialización de uva de Italia son los meses de julio a noviembre.

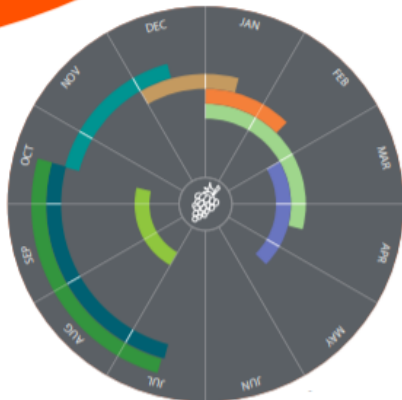
Suiza

En Suiza el dominio de la uva italiana se ve todavía más acrecentado que en Austria, habiendo conseguido durante el 2019 más de la mitad de la cuota de mercado. Al igual que en Austria los dos orígenes no europeos más importantes son Turquía y Sudáfrica. En el caso de Turquía los principales meses de comercialización son los comprendidos entre agosto y noviembre y en el de Sudáfrica entre los meses de diciembre y abril, obteniendo este último la ventaja competitiva de poder comercializar su uva durante los meses en los que hay menos producción en Europa.

Estacionalidad de las distintas variedades de uva sin pepitas

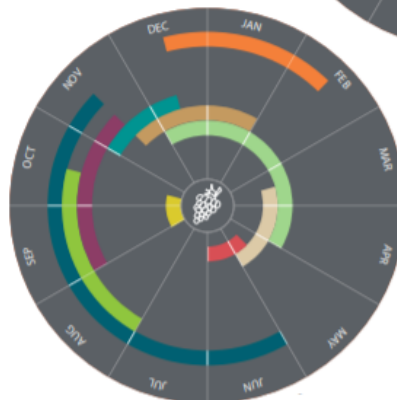


UVA BLANCA



UVA NEGRA

ASONAL CALENDAR 2019



UVA ROJA

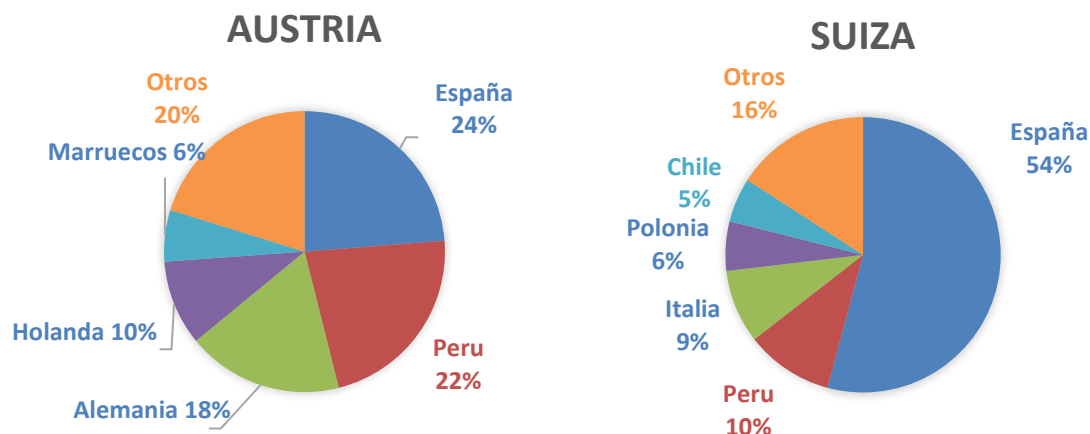


Fuente: Kolla

- Arándano:

Tanto en Suiza como en Austria se cultivan arándanos, siendo los arándanos locales la principal competencia para el peruano por el importante fomento del consumo del producto local existente en ambos países. Los meses donde tanto en Suiza como en Austria se cosecha los arándanos corresponden al verano europeo y se encuentran entre junio y septiembre. No obstante, la producción nacional está lejos de cubrir la demanda y recurren a las importaciones.

*Unidad de medida: Valor import. Precio CIF (Coste seguro y flete).



Fuente: *Statistics Austria y Swiss National Bank*

Austria

En Austria las importaciones de arándanos se las reparten 3 países España, Perú y Alemania. Siendo Perú el principal proveedor de ultramar por encima de Marruecos, superado solo por España que es el principal productor de frutos rojos de Europa. La estacionalidad en la producción de arándanos española hace que sus ventas se concentren en su mayoría entre marzo y junio, mientras que los meses en los que más exporta Perú hacia Europa se encuentran entre septiembre y diciembre, complementando a la oferta española.

Suiza

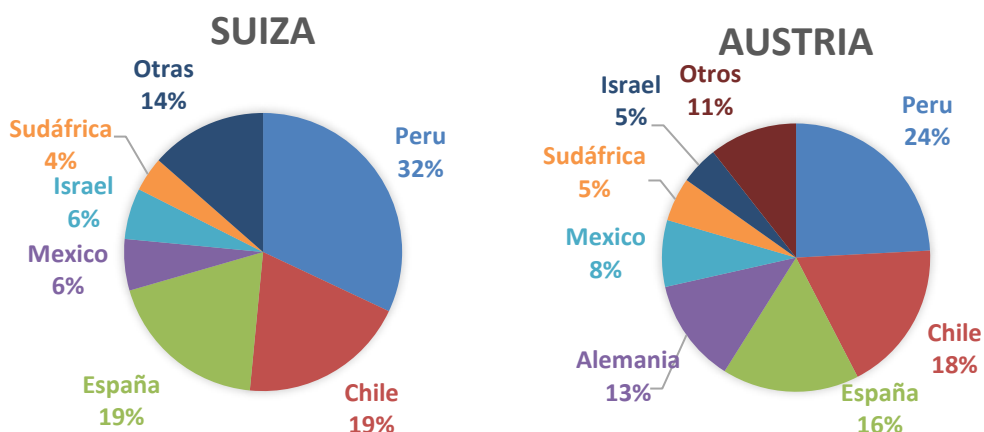
En Suiza al igual que en Austria España y Perú son los principales exportadores de arándanos, con la diferencia de que en el caso del mercado suizo el reparto es más desigual, abarcando España más de la mitad de la cuota de mercado. En suiza Perú tiene una cuota de mercado de entorno al 10% similar a la de Italia.

- Aguacate:

El aguacate o palta es considerado como una fruta exótica en Europa y al igual que la banana su producción en el continente es residual, siendo España prácticamente el único país europeo que produce cantidades de palta suficientes para la exportación, no obstante, la producción española no es suficiente para abarcar la demanda europea y son países americanos como Chile o Perú los protagonistas de la oferta exportadora al continente europeo.

Importaciones Aguacate 2019

*Unidad de medida: Valor import. Precio CIF (Coste seguro y flete).



Fuente: *Statistics Austria y Swiss National Bank*

Austria

El principal origen de la palta comercializada en Austria es el Perú con cerca del 25% de las ventas, tras Perú se encuentran Chile y España con una cuota de mercado algo menor. Alemania no solo en la palta, sino en casi todos los productos de alimentación importados desde Austria, aparece como uno de sus principales proveedores, esto es debido a la fuerte influencia que ejerce este país sobre Austria y en productos como el aguacate no han sido cultivados allí, sino que han sido reexportados.

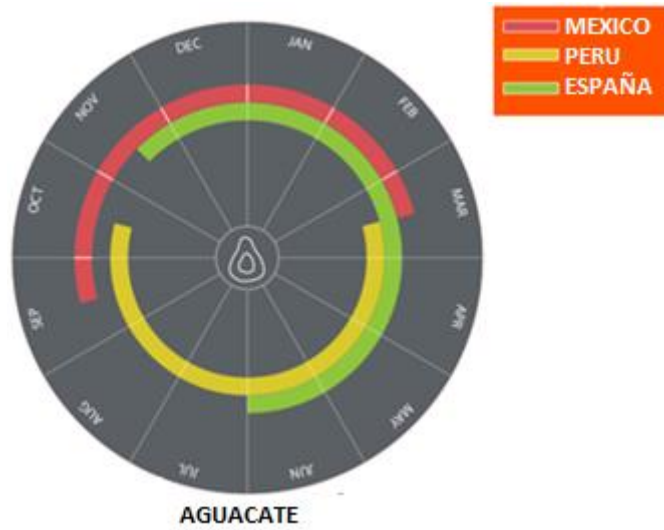
Suiza

En Suiza la importancia relativa de la palta peruana es incluso mayor que en Austria con una cuota de mercado del 30% abarcando junto con Chile más de la mitad del mercado.

Tanto en Austria como en Suiza el principal competidor del Perú es Chile, seguido de España en una segunda línea, y México. Sudáfrica e Israel con participaciones menores.

La recolección del aguacate en España se lleva a cabo de diciembre a junio, tanto en México como en Chile los principales meses de exportación están comprendidos entre octubre y diciembre. En Sudáfrica entre junio y septiembre, y en Israel entre diciembre y marzo.

Estacionalidad del Aguacate



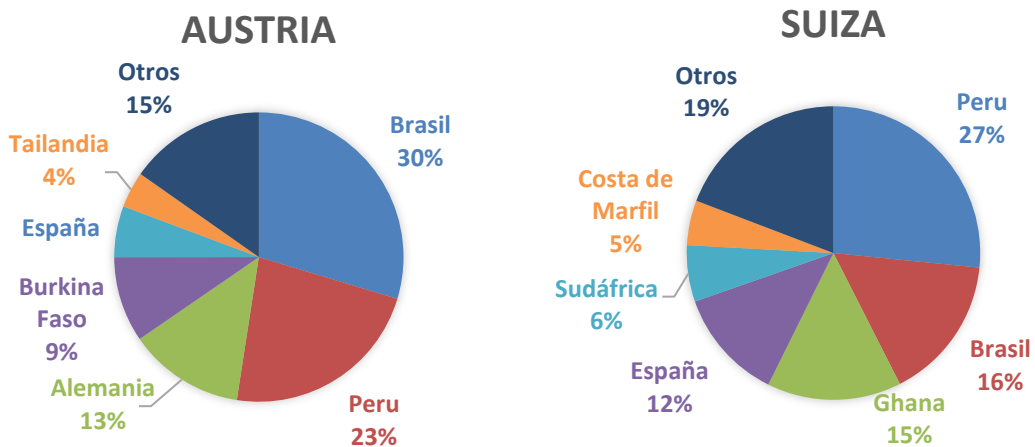
Fuente: Kolla

- Mango:

La situación del mango es similar a la de la palta, la mayoría del consumo europeo es de mango de importación, siendo España prácticamente el único país del continente con producción disponible para la exportación. A diferencia del aguacate en el caso del mango hay más países con zonas de producción en varios continentes, resaltando las importaciones de África.

Importaciones Mango 2019

*Unidad de medida: Valor import. Precio CIF (Coste seguro y flete)



Fuente: Statistics Austria y Swiss National Bank

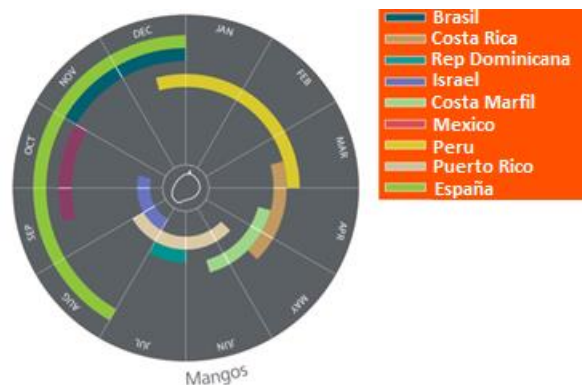
Austria

El principal origen para el mango comercializado en Austria es Brasil, siendo este país uno de los mayores productores del mundo. El segundo origen más importante es Perú y juntos cubren más de la mitad de las ventas del país. Tras Brasil y Perú el resto de mercado se lo reparten orígenes dispares como España (6%), Burkina Faso (10%) o Tailandia (4%).

Suiza

Perú es el líder del mercado del mango en Suiza con más de un cuarto de la cuota de mercado, seguido por Brasil, Gana y España. Los principales meses de recolecta en Brasil son noviembre y diciembre y coinciden con los meses en los que más mango brasileño entra en el mercado europeo. En España la cosecha se extiende de agosto a diciembre, y en Gana y Costa de Marfil entre los meses entre abril y junio.

Estacionalidad del Mango



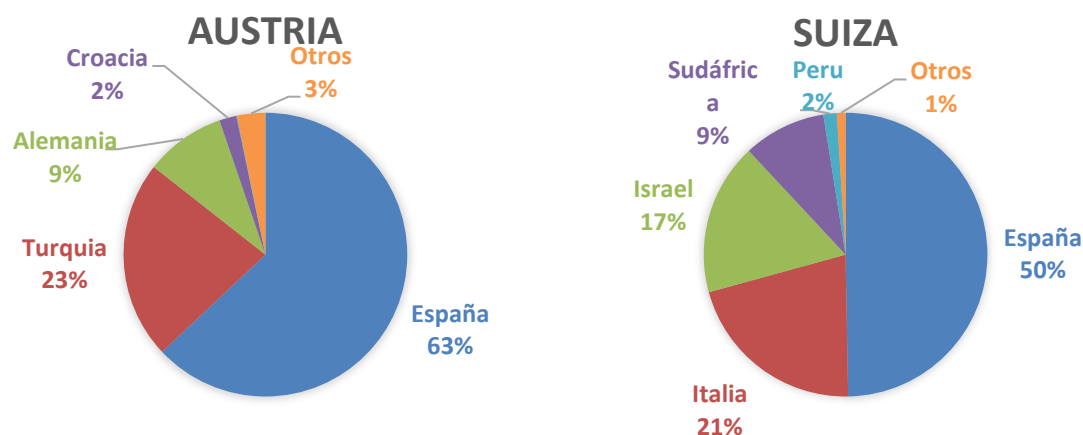
Fuente: Kolla

- Mandarina:

La clementina es la más consumida en ambos países por encima de las demás, tras la clementina las más importantes son la tangerina y la satsuma que alternan en los supermercados según su estacionalidad en Europa. Tras todas estas se encuentra la wilkings con una cuota menor en ambos países.

Importaciones Mandarina 2019

*Unidad de medida: Valor import. Precio CIF (Coste seguro y flete).



Fuente: *Statistics Austria y Swiss National Bank*

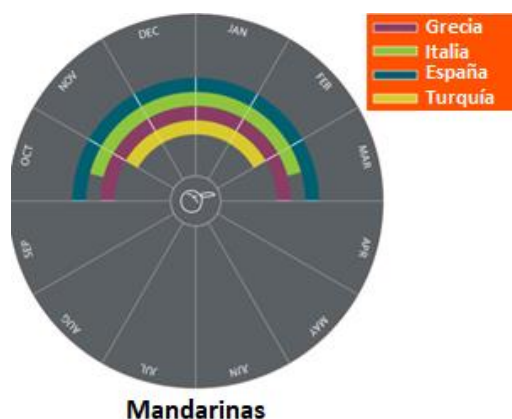
Austria

España es el mayor exportador de mandarina en Austria, tanto de Wilkings como de Tanjarina (además de otras variedades como satsuma y clementina) con una cuota de mercado de más del 60% siendo el segundo máximo proveedor Turquía, y entre los dos prácticamente controlan todo el mercado, dejando una cuota residual para el resto de los países entre los que se encuentra Perú con menos de un 1% de las exportaciones. La estacionalidad de las mandarinas depende tanto de la variedad como del lugar de cultivo, estando en España los principales meses de exportación entre octubre y marzo, y en Turquía entre noviembre y febrero.

Suiza

En Suiza es también España el principal proveedor de mandarinas con una cuota de mercado de alrededor de la mitad del total de las importaciones, y siendo líder en exportación de todos los tipos de mandarina mencionados previamente (wilkings, tangerina, clementina y satsuma). Tras España los dos orígenes con mayor participación son Israel e Italia. Siendo los meses más importantes para las exportaciones italianas e israelíes los comprendidos entre octubre y febrero.

Estacionalidad de las mandarinas



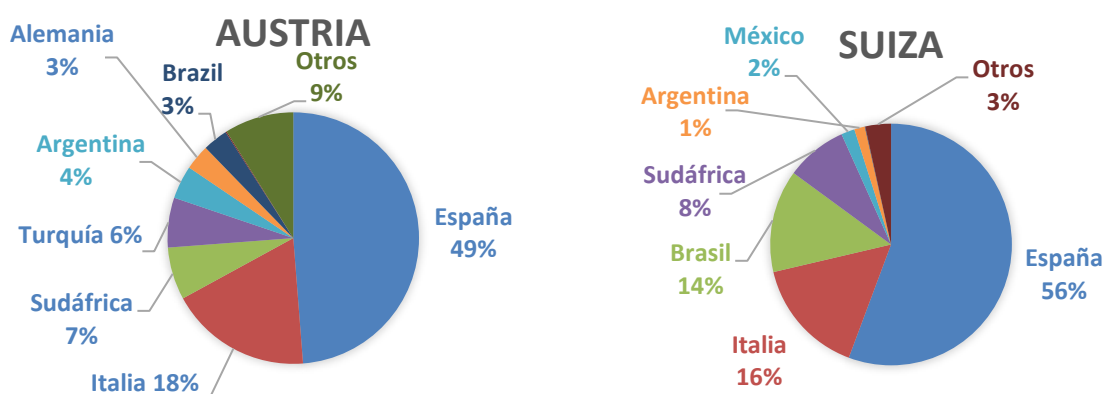
Fuente: Kolla

- Limón y Lima:

La participación de limón peruano en el mercado austriaco y suizo es casi residual, ya que, menos del 1% de los limones comercializados en estos países durante el 2019 tuvieron origen Perú. Como ocurre con el resto de los cítricos en estos dos países, España es el principal origen para los limones y limas del mercado, seguido de lejos por Italia. Tanto Italia como España exportan limones durante casi todo el año, pero sobre todo entre los meses de octubre y junio.

Importaciones Lima y Limón 2019

*Unidad de medida: Valor import. Precio CIF (Coste seguro y flete).



Fuente: Statistics Austria y Swiss National Bank

Austria

En Austria España controla casi la mitad del mercado, especialmente de la lima, seguido de Italia y otros países de ultramar como Sudáfrica, Turquía y Argentina. Sudáfrica es el mayor exportador de limones del continente africano, teniendo sus picos de comercialización en Europa durante los meses de julio, agosto y septiembre. Argentina es el mayor exportador de limón del continente americano a Austria, sus exportaciones a Europa se concentran entre los meses de junio y agosto.

Suiza

En Suiza la participación de España es todavía mayor en Suiza con un 56% del total, seguido de Italia con un 16% y Brasil como principal país exportador de ultramar con 14% de la cuota total de mercado. Brasil exporta limones y limas durante todo el año, pero sus exportaciones a Europa son todavía más intensas entre los meses de mayo y junio.



Fuente: Kolla

IV. ANÁLISIS DEL SECTOR / LÍNEA EN EL MERCADO

4.1. VARIEDADES Y FORMAS DE PRESENTACIÓN.

Las formas de presentación de la fruta y verdura en Suiza y Austria presentan ciertas similitudes, y si bien en algunas ocasiones vienen presentadas con un packaging concreto en su mayoría se vende a granel, pudiéndose adquirir o por peso o por unidad.

La fruta y verdura fresca en ambos países se comercializa en su mayoría por sus principales cadenas de supermercados, en una sección común destinada en exclusiva a la venta de fruta y verdura, que además suele estar emplazada cerca de la entrada de los supermercados.

Cabe mencionar como en Europa hay una tendencia hacia el cese del uso del plástico y otros productos dedicados al empaquetado de la comida que afecta especialmente a la fruta y verdura fresca, por los residuos y la contaminación que esto acarrea.

Stands de fruta y verduras frescas en supermercados de Suiza y Austria



Supermercado Billa (Austria)



Supermercado Coop (Suiza)

Aunque, como se ha mencionado la mayoría de la fruta y verdura fresca tienen unos patrones de presentación similares en sus diferentes variedades que además coinciden en su mayoría tanto en Austria como en Suiza, se va a llevar a cabo un análisis detallado por cada una de las frutas y verduras del estudio con la finalidad de identificar sus particularidades.

También cabe destacar como en la mayoría de los supermercados de ambos países es posible encontrar variedades orgánicas de numerosos tipos de fruta y verdura, y como se verá más adelante

estas versiones bio, aunque sí tienen un precio más elevado, no varía significativamente su presentación.

Exponemos, a continuación, información sobre cada uno de los productos objeto de estudio relativas a las variedades y formas de presentación:

- **Espárragos**

Los espárragos frescos no son comercializados durante todo el año en ninguno de los dos países, pudiéndose encontrar siempre su versión en conserva, en la sección de alimentos en conserva fuera de los stands donde se vende la fruta y verdura fresca. Las épocas del año cuando es más probable encontrarlos frescos coinciden con los meses de cosecha en Europa, encontrando sus dos variedades más populares de espárrago blanco y verde.

Sus principales formas de presentación son o en “racimos” de un kilo en el que los espárragos están agrupados y soportados o bien por una bolsa o bien por una cinta, o en bandejas pequeñas de plástico o cartón de diferentes pesos.



Espárragos de la tienda online de Migros.

- **Cebollas**

Las cebollas son una de las verduras más populares en ambos países siendo comercializadas en todos los supermercados. La variedad más consumida es la de cebolla amarilla, seguida de la cebolla morada y en menores ocasiones es posible encontrar cebolla blanca.

La presentación de la cebolla es indiferente a su variedad, y suele presentarse de dos formas generalmente, o bien a granel, donde las cebollas están sueltas y el cliente mete en una bolsa la

cantidad requerida para más tarde pagarla según su peso, o bien en sacos de malla de plástico de diferentes tamaños que suelen ser de color naranja.



Lidl (Austria)



Coop (Suiza)

- **Bananas**

La banana es una de las frutas más populares en ambos países, con presencia en la totalidad de sus supermercados. Su presentación suele ser la misma, suele venir o en racimos o separados, pero en ambos casos no suelen utilizar ningún tipo de packaging, pudiéndose adquirir en las cantidades requeridas y siendo pagados a peso.

En cuanto a las variedades más consumidas, la más popular es la banana Cavendish, aunque en ocasiones se pueden encontrar otras variedades diferentes. En cuanto a las certificaciones, cabe destacar como la banana es una de las frutas que más se comercializan con certificados de comercio justo o Fairtrade.



Lidl (Austria)



Coop (Suiza)

- **Arándanos**

Es común encontrar arándanos y otros frutos rojos en los supermercados suizos y austriacos, especialmente en la época de recolecta en Europa, no obstante, cuando no hay producción europea es posible encontrar en algunos establecimientos arándanos procedentes del Perú u otros orígenes de ultramar.

La forma de presentación de los arándanos es casi siempre la misma, cajas de plástico de diferentes tamaños que suelen oscilar entre los 125 y 400 gramos.



Lidl (Austria)

Spar (Austria)

- **Mango**

Durante los últimos años el mango se ha hecho un hueco dentro de los supermercados de toda Europa, tanto en Austria como en Suiza, pese a ser considerado un producto exótico, no falta en los stands de fruta de todos los supermercados principales.

Las variedades más populares de mango en ambos países son el mango Kent, el Keitt y el Osteen, y la presentación es siempre la misma en ambos países para todas las variedades de mango. El mango se comercializa a granel sin ningún tipo de empaquetado, con la peculiaridad de que en vez de pagarse por peso se paga por unidad.



Billa (Austria)

Migros (Suiza)

- **Aguacate**

El aguacate es una de las frutas consideradas como exótica más populares en Suiza y Austria, siendo una de las frutas de mayor importación. La variedad más consumida en ambos países es el aguacate Hass.

La forma de presentación del aguacate es similar a la del mango, a granel y se paga por unidad en lugar de por peso, con la diferencia de que en el caso del aguacate si es posible encontrarlo algunas veces, sin ser lo más común, empaquetado, o bien en pequeños embalajes de cartón y plástico con un par de piezas, o bien en bolsas de malla de plástico similar a la que se utiliza en los cítricos.



Migros (Suiza)



Hofer (Austria)

- **Mandarinas**

La mandarina se comercializa en diferentes variedades destacando las clementinas y las satsumas, aunque según la temporada es posible encontrar otros tipos. El packaging de las mandarinas suele ser siempre el mismo, consistente en una bolsa de malla de plástico de color rojo o naranja de diferentes tamaños y pesos, aunque es típico encontrarlas en su versión de 2kg.



Billa (Austria)



Spar (Austria)

- **Limones**

Los limones son una de las frutas en las que podemos encontrar mayor variedad de formas de presentación, además planteándose ciertas diferencias en estas entre Suiza y Austria, mientras que en Austria es común encontrarlos o empaquetados de alguna manera o a granel, en Suiza en muchas ocasiones se venden sueltos por unidad.

Entre sus formas de presentación más populares en Austria, está el empaquetado en bolsa de malla de plástico, similar a la que se utilizan en el resto de los cítricos, pero de color verde. También es común encontrarlos en pequeños paquetes de varias piezas en pequeñas bandejas de cartón recubiertas de plástico.



Coop (Suiza)

Hofer (Austria)

- **Jengibre**

El jengibre entero (no en especia) está presente de forma regular en todos los supermercados de ambos países, en la sección de fruta y verdura fresca.

Es posible encontrarlos en dos formas diferentes de presentación o bien a granel, o bien empaquetado en cajas de cartón envuelto en plástico de diferentes pesos, esta segunda modalidad es todavía más común cuando el producto es orgánico y suele acarrear una subida de precio.



Hofer (Austria)

Spar (Austria)

- **Uvas**

Las uvas son una de las frutas más populares en ambos países, pudiéndose encontrar en diferentes variedades, destacando la uva blanca y la uva roja (red globe), ambas variedades suelen estar disponibles tanto en su modalidad con pepitas como sin pepitas.

Las formas de presentación de la uva pueden diferir de un supermercado a otro o incluso en el mismo supermercado. Las dos formas de presentación más habituales son la de la uva en racimo a granel y la uva empaquetada en un recipiente de plástico de 500gm, en este último recipiente es común encontrar un mix de uvas blancas y rojas dentro del mismo paquete. Además de estas dos variedades de presentación es posible encontrar algunas menos comunes como en bolsas de plástico.



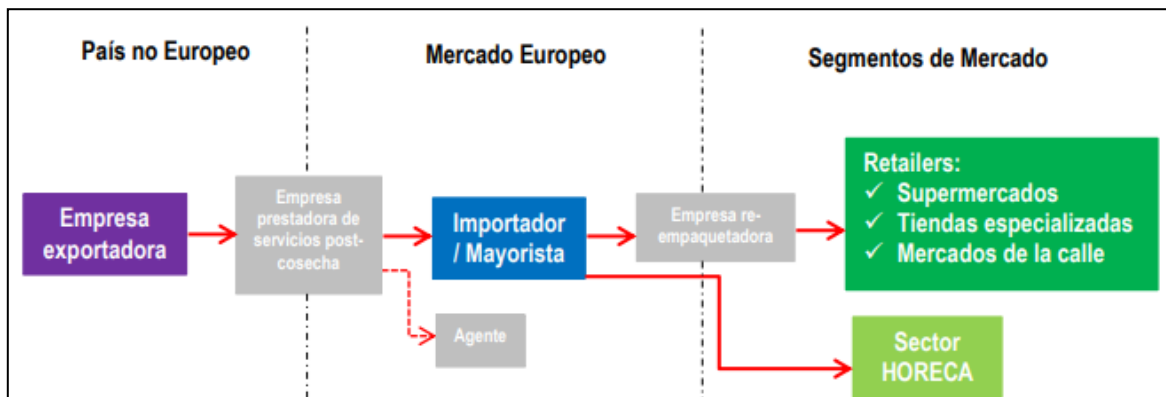
Coop (Suiza)

Lidl (Austria)

4.2. CANALES DE DISTRIBUCIÓN

El presente apartado se centra en las características principales de los canales de distribución locales, enfocados en el entramado logístico de los diferentes países que configuran y condicionan el acceso a los diferentes mercados.

En primer lugar, se presenta la ruta que sigue la cadena de comercialización de frutas y hortalizas frescas dentro del mercado europeo.



Fuente: CBI

4.2.1 RUTAS DE ACCESO

Si bien la mayor parte de las partidas analizadas en este estudio son transportadas internacionalmente por **vía marítima**, tal y como podremos comparar en las dos siguientes tablas, también existe una minoría de frutas y verduras que son transportada por **vía aérea** desde Perú hacia el continente europeo.

Exportaciones por vía marítima desde Perú hacia Europa (Valor FOB, Miles US\$)

PARTIDA	DESCRIPCIÓN ARANCELARIA	2016	2017	2018	2019	2020
	TOTAL	723.551	898.277	1.170.452	1.181.076	946.534
0804400000	AGUACATES (PALTAS), FRESCAS O SECAS	287.574	363.121	446.062	441.491	469.321
0810400000	ARANDANOS ROJOS, MIRTILOS Y DEMAS FRUTOS DEL GENERO VACCINIUM, FRESCOS	80.678	134.959	183.370	247.067	140.335
0804502000	MANGOS Y MANGOSTANES, FRESCOS O SECOS	92.713	88.660	127.167	118.547	107.990
0806100000	UVAS FRESCAS	130.652	144.138	238.803	210.429	84.710
0803000000	BANANAS O PLÁTANOS, FRESCOS O SECOS	92.525	90.631	96.047	83.924	68.661
0910110000	JENGIBRE SIN TRITURAR NI PULVERIZAR	10.636	27.153	18.393	19.405	26.072
0805210000	MANDARINAS (INCLUIDAS LAS TANGERINAS Y SATSUMAS)	0	22.342	23.089	18.956	20.699
0709200000	ESPARRAGOS, FRESCOS O REFRIGERADOS	20.895	18.092	23.082	21.641	15.939
0703100000	CEBOLLAS Y CHALOTES, FRESCOS O REFRIGERADOS	7.170	7.764	12.773	16.128	9.126
0805500000	LIMONES (CITRUS LIMÓN, CITRUS LIMONUS) Y LIMAS (CITRUS AURANTIFOLIA, LATIFOLIA)	707	1.418	1.667	3.489	3.680

Fuente: ADEX DATA TRADE

Aunque el transporte aéreo de para estos productos es mucho menor si lo comparamos con el total del transporte marítimo para los mismos, es un tipo de transporte que ha entrado en una fase de estabilidad en América Latina. El sector de carga aérea es bastante específico, y está relacionado a productos perecederos, como las flores, espárragos, mangos y arándanos que van hacia Europa y Estados Unidos.

En cuanto al comercio aéreo del Perú, el espárrago destaca con más del 70% del total de la exportación aérea, pero el mango y el arándano arremeten con fuerza.

Exportaciones por vía aérea desde Perú hacia Europa (Valor FOB, Miles US\$)

Partida	Descripción Arancelaria	2016	2017	2018	2019	2020
	TOTAL	153.77 2	148.11 4	157.71 9	143.88 2	76.698
0709200000	ESPARRAGOS, FRESCOS O REFRIGERADOS	109.03 3	106.72 0	104.17 1	102.46 2	52.639
0804502000	MANGOS Y MANGOSTANES, FRESCOS O SECOS	27.202	28.207	34.300	33.575	20.394
0810400000	ARANDANOS ROJOS, MIRTILOS Y DEMAS FRUTOS DEL GENERO VACCINIUM, FRESCOS	15.814	11.488	17.964	6.385	3.077
0803000000	BANANAS O PLÁTANOS, FRESCOS O SECOS	150	304	552	447	339
0910110000	JENGIBRE SIN TRITURAR NI PULVERIZAR	11	35	20	424	165
0804400000	AGUACATES (PALTAS) , FRESCAS O SECAS	1.263	1.322	630	562	79
0805500000	LIMONES (CITRUS LIMÓN, CITRUS LIMONUS) Y LIMAS (CITRUS AURANTIFOLIA, LATIFOLIA)	299	37	38	25	3
0806100000	UVAS FRESCAS	0	1	5	2	1
0703100000	CEBOLLAS Y CHALOTES, FRESCOS O REFRIGERADOS	0	0	0	0	0
0804501000	GUAYABAS, FRESCOS O SECOS	0	0	32	0	0

Fuente: ADEX DATA TRADE

Acceso Marítimo:

Debido a su condición, las exportaciones marítimas a Austria y Suiza se realizan a través de un tercer país.

En el caso de **Suiza**, el río Rin es el enlace natural entre este y el Océano Atlántico, por lo que las exportaciones atraviesan esta vía desde Rotterdam (Países Bajos) hasta llegar al puerto fluvial de Basilea. Si bien el río Rin se extiende por parte del territorio suizo, es navegable sólo a partir del Puerto Fluvial de Basilea. Esto hace que este puerto sea la principal área de embarque y descarga de mercadería. Luego de la recepción de la mercadería en este puerto fluvial, esta es redistribuida vía terrestre o férrea a las principales ciudades suizas (Zúrich, Ginebra, Berna, entre otros).

De la misma forma, en el caso de **Austria** también sucede lo mismo, ya que es un país sin acceso directo al mar. El puerto de Viena cuenta con una perfecta conexión con las redes marítimas, férrea y por las carreteras de la zona. Se caracteriza por ser uno de los centros de tráfico de mercancías más importantes y grandes de Europa Oriental y uno de los principales puertos fluviales del Danubio. El puerto es utilizado como una conexión para la redistribución de mercancías ya que semanalmente, 120 trenes de contenedores enlazan con los principales puertos de Europa, como Hamburgo, Rotterdam o Bremerhaven. Cada año transitan por él 1.500 buques de carga aproximadamente, y 1.800 contenedores son manipulados a diario en sus instalaciones.

Acceso aéreo:

Por el lado **suizo**, la base de su infraestructura aeroportuaria está compuesta por tres aeropuertos internacionales a través de los cuales se da la mayor parte del flujo comercial aéreo. El Aeropuerto de Zúrich, ubicado en la ciudad del mismo nombre, es el principal aeropuerto internacional de Suiza y se ubica en el top 10 en cuanto a calidad a nivel mundial. Otro de los aeropuertos internacionales importantes de Suiza es el Aeropuerto de Ginebra. Finalmente, otro aeropuerto internacional que posee Suiza es el Aeropuerto Internacional de Berna.

En cuanto a **Austria**, la infraestructura aérea del país cuenta con seis aeropuertos principales, que son: Viena, Graz, Salzburgo, Linz, Innsbruck y Klagenfurt.

4.2.2 COSTOS LOGÍSTICOS APROXIMADOS

En este apartado se muestran de forma aproximada los tiempos de tránsito y costos logísticos desde el Puerto del Callao hasta los países seleccionados.

La ruta marítima más común, tal y como se comentó en el anterior apartado, es la que va desde el Puerto del Callao (Lima) hasta el Puerto de Rotterdam (Países Bajos), siendo ahí en donde el transporte marítimo se cambiaría por el fluvial, ferroviario o terrestre, hasta su destino final. En la siguiente tabla se observa la tarifa básica en US\$ promedio de flete internacional por contenedor sin incluir los reajustes por características específicas, además de los días de tránsito, que pueden variar 20 a 22 días dependiendo de la línea naviera por la que se opte.

Puerto de origen	Puerto de destino	Contenedor de 20 pies	Contenedor de 40 pies	Contenedor de 40 pies refrigerado	Mercadería consolidada Tm/m3	Días de tránsito	Frecuencia de salida
Callao	Rotterdam	1,500 US\$	1,738 US\$	5,500 US\$	65	Entre 20 y 22*	Semanal

Fuente: SIICEX

Una vez llegados al puerto de Rotterdam, si la mercancía se dirige a **Suiza**, esta tardará aproximadamente 4 días en llegar por transporte fluvial al puerto de Basilea, y unas 9 horas por transporte terrestre, también aproximadamente.

En el caso de que la mercancía se dirija a Austria, esta tardará aproximadamente en llegar al puerto fluvial de Viena unos 10 días de navegación, en los que recorrerá los 1,180km que los distan del Puerto de Rotterdam. En el caso de que el transporte sea por vía terrestre se tardarían unas 13 horas aproximadamente.

Otras rutas marítimas que también se pueden tener en cuenta son la que va desde el Puerto de Callao hasta el Puerto de Génova o la que va desde el Puerto del Callao hasta Trieste. La primera de ellas tiene

un tiempo de tránsito de entre 29 y 32 días, y la segunda de entre 26 y 29 días. Desde ahí, se llegaría mediante transporte terrestre al destino final, tanto en Austria como en Suiza.

4.2.3 PRINCIPALES AGENCIAS DE TRANSPORTE.

La web de la Asociación Peruana de Agentes Marítimos (APAM PERÚ) ofrece un ranking actualizado con el top 20 de las navieras transportistas de contenedores, así como cifras de capacidad a nivel mundial, teniendo en cuenta las flotas de prácticamente todos los operadores de contenedores en todo el mundo:

Nº	Empresa	Teus (Ud Equivalente a 20 piés)	% de Mercado	Buques en Operación	Buques Ordenados
1	APM-Maersk	4.180.009	17,9	712	13
2	Mediterranean Shipping	3.599.064	15,4	557	13
3	Cosco Shipping	2.971.046	12,7	483	3
4	CMA CGM	2.706.022	11,6	511	27
5	Hapag-Lloyd	1.684.563	7,2	234	
6	ONE	1.578.573	6,8	219	
7	Evergreen Line	1.311.991	5,6	208	58
8	Yang Ming Marine	640.963	2,7	98	24
9	Hyundai M. M.	401.140	1,7	65	20
10	PIL (Pacific Int. Line)	386.892	1,7	119	
11	Zim	291.468	1,2	64	
12	Wan Hai Line	265.577	1,1	95	20
13	Zhonggu Logistics	158.824	0,7	112	4
14	IRISL Group	154.130	0,7	50	
15	KMTC	152.483	0,7	66	5
16	Antong Holdings	144.406	0,6	117	18
17	SITC	120.470	0,5	83	9
18	X-Press Feeders Group	114.036	0,5	78	2
19	TS Line	80.273	0,3	36	7
20	SM Corp	73.882	0,3	17	

Fuente: APAM PERÚ

Asimismo, también podemos encontrar información relevante sobre operadores logísticos internacionales, tanto marítimos como aéreos en las siguientes direcciones web:

- Asociación de Agentes de Aduanas del Perú: <http://www.aaap.org.pe/>
- Asociación Marítima del Perú: <http://www.asmarpe.org.pe>
- Asociación Peruana de Operadores Portuarios: <http://www.asppor.org.pe>
- Consejo Nacional de Usuarios de Distribución Física Internacional: <http://www.conudfi.org.pe>
- Asociación de Empresas de Transporte Aéreo Internacional: <http://www.aetai.org/>

- Directorio del Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior:
https://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?_page_=832.82900

Aunque las mayorías de las ventas se llevan a cabo en FOB o CIF, a continuación, se exponen algunas de las agencias de transporte por carretera más importantes en Europa:

- Deutsche post DHL: <https://www.dhl.com/es-es/home/nuestras-divisiones/transporte/transporte-por-carretera.html>
- United Parcel Service UPS <https://www.ups.com/es/es/Home.page>
- Kuehne & Nagelhttps (Sede en Suiza): <https://es.kuehne-nagel.com/>

4.3. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN.

El principal canal de comercialización para la fruta y verdura fresca dentro del canal minorista tanto en Suiza como en Austria son las grandes cadenas de supermercados, y aunque también se comercializa a través de algunas tiendas especializadas como fruterías o mercados de barrio, la gran mayoría se vende a través de supermercados.

4.3.1. SUIZA

En Suiza aproximadamente la mitad de la fruta y verdura que se cultiva o importa va destinada a su transformación y/o comercialización a través del canal HORECA y la otra mitad al canal minorista donde se vende fresca. En Suiza existe mucha concentración de empresas importadoras, con unas pocas empresas que abarcan más de la mitad de las importaciones.

En Suiza hay varias cadenas de supermercados, y aunque hay presencia de cadenas de supermercados extranjeros como es el caso de las alemanas Aldi o Lidl, los grandes grupos del canal detallista suizos son la mayoría de origen nacional donde destaca el grupo Fenaco con supermercados como Volg o Landi (con mayor presencia en áreas rurales), y destacando sobre todo los dos grandes grupos de distribución Coop y Migros que comercializan la mayoría de la fruta y verdura fresca que se vende en el país.

Nombre	Supermercados
Coop	918
Migros	617
Denner (Migros Group)	797
Aldi	200
Lidl	129
Volg (Fenaco)	580
Landi (Fenaco)	280

Fuente: Últimos datos proporcionados por los diferentes grupos de supermercado.

Coop:

<https://www.coop.ch/de/>

Coop es, junto a Migros, una de las dos cadenas de supermercado más importantes del país, el grupo Coop cuenta con más de un siglo y medio de historia empezando como una pequeña cooperativa de consumidores. Actualmente está presente en todo el país con alrededor de mil puntos de ventas por los cuales pasa gran parte de la fruta y verdura fresca comercializada en el país.



Fuente: Visitas en destino

El grupo Coop tiene la sede en Basilea y cuenta con un departamento de compras de productos frescos de 12 personas dedicadas a esto en exclusiva. Coop realiza sus compras de estos productos tanto a productores locales como a europeos, sirviéndose de mayoristas suizos o europeos para la compra de productos de ultramar. Los principales países proveedores de fruta y verdura a Coop son Italia y España.

Migros:

<https://www.migros.ch/de.html>

Migros es la cadena minorista más grande de Suiza con casi 100 años de antigüedad y presencia en todas las regiones de Suiza y con algunos locales en otros países europeos como Alemania y Francia. Migros nace como una unión de cooperativas y ha crecido tanto que el grupo ha diversificado en otras actividades como la venta de libros, gasolineras o bancos a través de diferentes sociedades del grupo.



Fuente: Visitas en destino

Migros importa gran parte de la fruta y verdura que distribuye, siendo una de las empresas con mayores cuotas de importación de frutas y verduras. Tiene una enorme variedad de productos hortofrutícolas en su catálogo, comercializando la mayoría con algunas de sus marcas propias tanto en sus numerosos locales comerciales como a través de su tienda online. Migros tiene una política de Comoras similar a Coop adquiriendo sus productos directamente desde los productores o a través de otros mayoristas

4.3.2. AUSTRIA

En Austria ocurre una situación similar a Suiza, pero con algo menos de concentración del mercado, ya que pese a que hay pocas tiendas de especialidad o fruterías y la mayoría de la fruta y verdura fresca se vende a través de supermercados de grandes grupos, el mercado está más atomizado con un número algo mayor de empresas dedicadas a la distribución de alimentos en el país.

Nombre	Supermercados
Billa	1002
Spar	1560
Hofer	500 aprx.
Lidl	250 aprx.
Penny Markt	300 aprx
Mpreis	257

Fuente: Últimos datos publicados por los diferentes grupos de supermercado.

Aunque en Austria hay presencia de grandes cadenas de supermercados nacionales, la mayoría de las empresas de retail pertenecen a grandes grupos alemanes y esto encaja con la fuerte influencia que tiene este país sobre Austria, que si bien afecta a todos los sectores se hace todavía más palpable en el sector del retail.

Dentro de las cadenas de supermercado es importante diferenciar entre dos tipos de empresa, por un lado, las cadenas de supermercados e hipermercados tradicionales, que ofrecen toda clase de productos de diferentes marcas y calidades, y las cadenas de supermercado de descuento, que ofrecen algo menos de variedad y calidad, pero con un precio mucho más económico.

La mayoría de las ventas minoristas en Austria están controladas por tres grandes grupos empresariales el Grupo Rewe, Aldi y Spar.

- El Grupo Rewe es una multinacional alemana que funciona en 14 países, y aunque la mayoría de su facturación proviene del negocio que genera en Alemania, su segunda fuente de ingresos es Austria. Rewe tiene varias líneas de negocio siendo la distribución en el canal minorista su principal. En Austria tiene dos de las cadenas de supermercados más importantes del país, por un lado, los supermercados Billa que es una de las cadenas de supermercados con más puntos de venta en Austria con un rango de precio medio, y por otro los supermercados Penny Markt, no tan numerosos como Billa pero con presencia en casi todas las zonas de Austria, Penny se diferencia por ser una cadena de descuento con un rango de precios menor. <https://www.rewe-group.at/>
- El principal competidor del grupo Rewe en Austria es la empresa Spar AG empresa que, aunque está fuertemente influenciada por el grupo internacional Spar de supermercados con origen en Holanda, es de capital 100% austriaco manteniendo su propiedad por la familia austriaca que la creó en 1954. Spar es junto a Billa la cadena de supermercados con más establecimientos comerciales en el país, y tiene diferentes tipos de tienda que varían en superficie y en gama de productos, destacando en cuanto alimentos frescos, los supermercados Spar y en sobre todo en el área metropolitana de Viena, los supermercados Spar Gourmet. <https://www.spar.at/>
- EL grupo Aldi es la tercera empresa más importante del sector en Austria, Aldi es de origen alemán y funciona en Austria con el nombre de Hofer. Hofer tiene alrededor de 500 puntos de venta distribuidos por todo el país y se diferencia de Billa y Spar por su modalidad de supermercado de descuento, comercializando productos a precios más económicos en decremento de algunos aspectos como la presentación, la distribución en tienda y en ocasiones en calidad y rango. <https://www.hofer.at/de/homepage.html>



Fuente: Visitas en destino

Si bien, en Austria las tiendas de especialidad como fruterías no ocupan una cuota de mercado relevante, hay una serie de mercados de barrio que, aunque no tanto como los supermercados, si tienen cierta relevancia, distribuidos por el país y sobre todo en su capital Viena, donde la mayoría de sus puestos son o de restauración o de venta de frutas, siendo el más importante el Naschmarkt de Viena.



Fuente: Visitas en destino (Naschmarkt).

Aunque no es un canal de comercialización final, uno de los lugares más importantes para la comercialización de fruta y verdura en Austria es el mercado mayorista de Viena (Inzersdorf Großmarkt), este lleva vigente desde 1969 y engloba a muchos de los mayoristas de frutas y verduras más importantes del país, pasando por aquí la mayoría de fruta y verdura consumida en Austria. El

mercado está situado en la comuna vienesa de Inzersdorf, y aunque su actividad principal está relacionada con el sector de la fruta y la verdura también se comercializan otros productos como flores, carne y pescado. El mercado tiene alrededor de 285.000 m² con unos 220 titulares y 4500 salidas diarias.

Titulares de puestos de frutas y verduras en el mercado mayorista de Viena: <https://www.grossmarkt-wien.at/obst-und-gemuse>



Fuente: Visitas en destino (Inzersdorf Großmarkt).

4.4. PRECIOS

El precio de la fruta y la verdura difiere enormemente desde el precio de importación hasta el precio al que llega al consumidor final y esto se debe a varios factores que lo llevan a incrementarse a medida que el producto se acerca al punto de venta. Un aspecto fundamental en el precio es el **número de empresas intermediarias** por las que pasa el producto desde que se importa hasta que llega al minorista que lo comercializa, por lo que a mayor número de intermediarios mayor incremento sufrirá el precio del producto por los márgenes que se quedan cada uno.

Un aspecto también relevante para tener en cuenta de cara a entender el precio final de venta de la fruta y la verdura fresca es **la merma**, y esta es el deterioro que puede sufrir el producto por la manipulación y tiempo de transporte que sufre el producto desde que sale de la empresa productora hasta que llega a su destino, esta merma depende del tipo de producto y tipo de transporte, pero puede llegar a alcanzar el 10% del envío.

El transporte y el almacenamiento una vez que el producto llega a puerto incrementa el precio de la fruta y verdura de forma significativa, y en este influyen también una serie de variables, como el tipo de camión, en el caso de la fruta y verdura fresca es común utilizar camiones de temperatura controlada. El precio de transporte fluctúa según el momento del año por la oferta y demanda. En

Europa suele ser más barato el transporte en carretera durante los meses del verano europeo (entre junio y septiembre) mientras que el precio aumenta en los meses de invierno. El almacenamiento, manipulación y empaquetado de la fruta también afecta al precio y es condicionado por el nivel salarial y los costes de donde se lleve a cabo, en el caso de Austria y sobre todo Suiza, los salarios y en general los costes son elevados afectando de forma indirecta al precio final de la fruta y verdura.

Además de los factores que aumentan el precio desde que la mercancía llega a puerto, hay una serie de factores que hacen que el precio final del producto oscile de un mes a otro, como la temporalidad o los resultados de **la cosecha** en las principales zonas que abastecen al mercado suizo y austriaco de un producto, influyendo fuertemente en el precio de venta, por ejemplo, si la cosecha de naranjas española se ve mermada por condiciones climáticas adversas un año, el precio final de estas ese año se verá afectado, dejando una oportunidad de entrada en el mercado para otros orígenes. Esta situación se ve todavía más acentuada con las frutas y verduras producidas en Austria y Suiza, en ambos países el consumidor final está dispuesto a pagar más por fruta y verdura local independientemente de la calidad, por lo que cuando la cosecha es insuficiente, es cuando nacen las oportunidades para el productor internacional.

4.4.1. AUSTRIA

Aunque el valor medio de las importaciones CIF pueda servir de referencia para estudiar el precio de compra de los importadores y la evolución de estos, se debe tener en cuenta que este está calculado como una media de todas las importaciones totales de un producto, indiferentemente de su variedad, calidad o calibre.

A la hora de comentar el precio medio de importación de fruta y verdura de origen peruano, hay que tener en cuenta que en la mayoría de las ocasiones el exportador final no es una empresa peruana sino una empresa intermediaria de otro país europeo, por lo que al haber más intermediarios es común que el precio medio del producto originario del Perú sea algo mayor que el de otros orígenes desde los que se exporta directamente.

Evolución precio de importación CIF €/Kg

Producto	2017	2018	2019
Espárragos	4,68	4,80	4,89
Cebollas	0,84	0,86	0,90
Bananas	0,83	0,82	0,82
Arándanos	6,92	7,04	6,24
Mango	2,32	2,12	2,12
Aguacate	3,39	3,18	3,40
Mandarinas (tangerinas y satsumas)	0,92	1,02	0,98
Limas y Limones	1,21	1,30	1,25
Jengibre	1,53	1,56	1,87
Uvas	1,73	1,82	1,78

Fuente: Statistics Austria.

Como podemos apreciar en la tabla el precio medio de importación oscila de forma anual, sin llegar a hacerlo de forma exagerada.

- El precio medio de las importaciones de Austria de **espárragos** ronda los 4,80€/kg habiéndose incrementado de forma constante desde el año 2017. El precio medio de importación de espárragos de origen peruano es mayor al precio medio total, alcanzando en 2019 los 6,5€ por kilo, esto se explica por algunos factores como el precio del transporte, el número de intermediarios o por la venta en periodos de baja producción en Europa. El precio medio de las importaciones del principal origen (Italia) durante el 2019 fue de alrededor de 4,7€/kg, considerablemente inferior que el del Perú.
- El precio de importación de **cebollas**, aunque no de forma significativa ha aumentado ligeramente desde el año 2017 hasta el 2019, alcanzando este último los 0,9€ por kilo. Como se ha comentado la mayoría de cebolla consumida en el país es de cultivo local con algunas importaciones desde países vecinos como Holanda desde el que se importó con un precio medio de 0,9. Además tienen cierta relevancia las importaciones desde Egipto como primer origen no comunitario con un precio medio de importación de 0,63€/kg lo que los hace muy competitivos en el mercado.
- La **banana** es la fruta con mayor volumen de importación en Austria, por lo que está muy consolidada en el mercado, con un precio medio de importación que ronda los 0,82€ el kilo, y que no sufre demasiadas variaciones. El precio del principal origen de la banana exportada a Austria es Ecuador con un precio medio en 2019 algo por encima de la media de 0,88€/kg, mientras que el precio medio de Colombia fue de 0,72 ese mismo año, con un precio considerablemente menor que el de los otros orígenes principales. La banana de origen peruano tuvo un precio medio de importación de 0,88€/kg.

- El **arándano** es el producto del estudio con un precio de importación por kilo más elevado, superando los 6€/kg y alcanzando los 7 en 2018. Los dos principales orígenes para el arándano importado por Austria son España e Italia, con una enorme diferencia de precio entre ambos, con un precio medio para las importaciones españolas de 5,39 durante 2019 y de 8,9€/kg de las importaciones de arándanos procedentes del Perú. La enorme diferencia de precio viene por la suma de varios factores como el coste del transporte, cantidad de intermediarios y la entrada del arándano peruano en momentos de baja o nula oferta europea.
- El precio medio de importación de **mango** se ha mantenido estable durante 2018 y 2019, tras una leve bajada durante el 2017. Manteniéndose en torno a 2€/kg. Los dos orígenes principales del mango que se consume en Austria son Perú y Brasil, ambos tienen un precio medio por debajo del precio medio total, con un precio medio de importación por kilo de 1,80 y 1,65 respectivamente, el precio medio de estos dos países ha bajado desde 2017 que en ambos fue de 2€/kg.
- El precio medio de importación de **palta** ronda los 3,40€ con una evolución irregular con una pequeña bajada en 2018 que se compensó en 2019. El aguacate que proviene de Perú es el líder de mercado, siendo el que tiene el menor precio medio con respecto al resto de orígenes, siendo en 2019 de 3,38€/kg mientras que el de sus principales competidores Chile y España fue de 3,8 y 3,4 respectivamente.
- El precio medio de importación de las **mandarinas** incluye las importaciones de mandarinas satsumas y tangerinas y suele rondar 1€ por kilo importado, pero con cierta oscilación anual bajando en 2019 a 0,98€/kg. En el caso de las mandarinas en Austria no existe un consumo reseñable de este producto con origen peruano, con posición muy fuerte de la mandarina española, moviéndose esta en unos ratios de precio ligeramente superior a la media total, alcanzando en 2019 1,1€ por kilo, muy por encima del segundo mayor origen, Turquía, con un precio medio en 2019 de 0,73€ el kilo.
- El precio medio de importación medio de **limas y limones** en Austria durante el año 2019 fue de 1,25€/kg moviéndose anualmente en este rango. El principal exportador de estos productos junto con el resto de los cítricos fue España con un precio medio de importación de 1,07€/kg estando este por debajo de la media total. A España le sigue Italia como segundo mayor origen con un precio medio muy superior de 1,38€/kg. El principal origen latinoamericano es Argentina con un precio de importación medio que en 2019 fue de 1,93€/kg.

- El precio del **jengibre** además del volumen de importación ha tenido una evolución positiva durante los últimos años pasando de 1,53€/kg en 2017 a 1,78€/kg en 2019. El origen de la mayoría del jengibre que se comercializa en Austria es chino y en un segundo nivel Perú. El jengibre que se importa desde China se hizo a un precio medio durante el 2019 de 1,61€/kg, precio inferior al precio medio total del mercado y muy inferior al precio del jengibre de origen peruano que en 2019 fue de 3,14€/kg este precio medio ha sufrido una evolución positiva desde 2017 cuando fue de 2,59€/kg.
- Para analizar el precio medio de importación de la **uva fresca** es importante tener en cuenta que es una media del precio de varias variedades de uva con precios diferentes, este precio medio alcanzó en 2019 los 1,78€ por kilo importado. El mercado de la uva lo protagoniza Italia, con unos precios que por varios factores dentro de los cuales destaca el volumen de exportación inferiores a la media, alcanzando en 2019 los 1,77€/kg. La participación en el mercado de la uva peruana no tiene mucha relevancia siendo Turquía, Alemania y Sudáfrica prácticamente los que se reparten el resto del mercado, con un precio medio durante 2019 de 1,59, 1,85 y 2,5 respectivamente.

El precio de la fruta y verdura fresca se eleva considerablemente desde el precio de importación hasta el **precio final de venta al retail**. Durante el trabajo de campo se han podido comprobar el precio final de los productos del estudio en los canales de distribución más importantes de Austria.

El precio de venta en supermercados de la fruta y verdura fresca varía de forma continua, según el momento de mercado, para tener una referencia de estos se van a exponer los precios de comercialización durante la etapa de trabajo de campo del proyecto.

Supermercados Billa

Producto	Marca	Precio	Origen	Otro
Espárragos	Le Baron (Espárrago verde conserva)	18,90€/Kg	China	
	Le Baron (Espárrago blanco conserva)	18,09€/Kg	China	
Cebollas	Da komm ich her! (Cebolla amarilla)	1,19€/Kg	Austria	
	Da komm ich her! (Cebolla morada)	1,49€/Kg	Austria	
	Ja! Natürlich (Cebolla amarilla)	1,99€/Kg	Austria	Bio
Bananas	Ja! Natürlich	1,99€/Kg	Rep. Dominicana	Bio
Arándanos	Billa	15,12€/Kg	Peru	
Mango	Billa	1,99€/Kg	Brasil	
Aguacate	Billa	1,99€/Kg	Mexico	Bio
	Sanlucar (premium)	2,59€/Kg	España	
	Billa	1,50€/Kg	Kenia/Mexico	
Mandarinas	Billa (Satsuma)	1,79€/Kg	España	
Limonos	Billa	6,63€/Kg	n/a	
Jengibre	Billa	15,27€/Kg	China	Bio, Caja de cartón
Uvas	Billa (uva blanca)	1,99€/Kg	Italia	
	Billa (uva blanca sin pepitas)	3,58€/Kg	Italia	
	Sanlucar (uva blanca sin pepitas)	5,99€/Kg	Italia/Perú	
	Sanlucar (uvas rojas sin pepitas)	5,99€/Kg	Italia	
	Ja! Natürlich (mezcla uva blanca y redglobe)	5,98€/Kg	Italia	Bio, Caja de cartón

Fuente: Elaboración propia a través de información obtenida en el trabajo de campo.

Billa es una de las empresas de retail más importantes de Austria con un elevadísimo número de comercios minoristas. En cada una de sus tiendas cuentan con todos los productos del estudio, que, en su mayoría, con la única excepción de los espárragos, son frescos. Los espárragos fuera de la temporada europea los suelen comercializar en conserva.

Billa utiliza una serie de marcas que condicionan el precio del producto y que se diferencian por la calidad y tipología de fruta o verdura comercializada en cada una de ellas. Como muchos supermercados en Austria en Billa también tienen una marca con la que comercializan productos orgánicos, Ja! Natürlich, esta marca por su condición "Bio" tiene un rango de precios mayor. Los productos que comercializa con su marca blanca standard tienen un precio menor, mientras que con la marca Sanlucar ofrece unos productos de mayor calibre y calidad a un precio considerablemente más elevado.

Supermercados Hofer

Producto	Marca	Precio	Origen	Otro
Cebollas	Hofer	1,19€/Kg	Austria	
Arándanos	Hofer	9,48€/ud	Sudáfrica	
Mango	Iss Reif!	1,49€/ud	n/a	
	Natur Aktiv	2,49€/ud	España	Bio
Aguacate	Natur Aktiv	1,69€/ud	n/a	Bio
	Iss Reif!	0,99€/ud	Chile	
	Hofer	4,98€/Kg	Sudáfrica	
Jengibre	Hofer	3,99€/Kg	n/a	
Uvas	Hofer (uva blanca)	4,79€/Kg	Italia	
	Hofer (uva blanca sin pepitas)	4,99€/Kg	Italia	

Fuente: Elaboración propia a través de información obtenida en el trabajo de campo.

Hofer es la versión austriaca del gigante alemán, Aldi. Hofer es uno de los supermercados de menor precio del país, y esto también aplica a la fruta y verdura. Si comparamos los precios de Hofer con los del resto de supermercados se puede comprobar como existe una cierta diferencia, además de en los precios, en la calidad y variedad.

Hofer también comercializa algunas marcas de frutas y verduras frescas, como la marca Natur Aktiv, con la que vende sus productos orgánicos a un precio mayor.

Supermercado Lidl

Producto	Marca	Precio	Origen	Otro
Cebollas	Lidl (Cebolla amarilla)	0,60€/Kg	Austria	
Bananas	Lidl	1,89€/Kg	Peru	Bio, Fairtrade
	Lidl	1,49€/Kg	Colombia	Fairtrade
Arándanos	Lidl	9,30€/Kg	n/a	
Mango	Lidl	1,49€/ud	Puerto Rico	
Aguacate	Lidl	0,99€/ud	Sudáfrica	
	Lidl	4,99€/Kg	n/a	
Mandarinas	Lidl (Satsuma)	1,29€/Kg	n/a	
Limones	Lidl	0,50€/ud	n/a	Bio
Jengibre	Lidl	5,99€/Kg	China	Bio
Uvas	Lidl (uva roja sin pepitas)	1,99€/Kg	n/a	
	Lidl (uva blanca sin pepitas)	1,69€/Kg	n/a	

Fuente: Elaboración propia a través de información obtenida en el trabajo de campo.

Lidl es junto a Hofer (Aldi) una de las principales cadenas de supermercado europea de origen alemán. Como Hofer también tiene un rango de precios más económicos que la competencia, con la diferencia de que comercializa casi todos sus frutas y verduras frescas con su marca blanca Lidl, variando el precio de los productos, según la calidad, calibre o variedad, además de por su condición de orgánico.

Supermercados Spar

Producto	Marca	Precio	Origen	Otro
Espárragos	S-Budget Spar (Espárrago blanco conserva)	9,71€/Kg	Perú	
	Spar Vital (Espárrago blanco conserva)	12,15€/Kg	Perú	
Cebollas	S-Budget Spar (Cebolla amarilla)	0,83€/Kg	Austria	
	Spar (Cebolla amarilla)	0,99€/Kg	Austria	
	Natur pur Spar (Cebolla amarilla)	1,99€/Kg	Austria	Bio
	Natur pur Spar (Cebolla morada)	2,98€/Kg	Egipto	Bio
Bananas	Natur pur Spar	1,99€/Kg	Ecuador	Bio, Fairtrade
	Spar	1,89€/Kg	Ecuador	
Arándanos	S-Budget Spar	11,63€/Kg	Perú	
Mango	Spar	1,99€/Ud	España	
	Natur pur Spar	2,49€/Ud	Perú	Bio
Aguacate	S-Budget Spar	0,99€/Ud	Perú	
Mandarinas	Spar (Satsumas)	1,99€/Kg	n/a	
Limonos	Natur pur Spar	0,60€/Ud	Colombia	Bio
Jengibre	Natur pur Spar	15,27€/Kg	Perú	Bio
Uvas	Spar (uva blanca sin pepitas)	4,98€/Kg	n/a	
	Spar Premium (uva roja sin pepitas)	4,99€/Kg	Italia	
	S-Budget Spar (uva blanca)	2,19€/Kg	Italia	
	Natur pur Spar (mezcla roja y blanca)	5,98€/Kg	Italia	Bio

Fuente: Elaboración propia a través de información obtenida en el trabajo de campo.

Spar es una cadena de retail con una alta presencia en Austria tanto con sus tiendas Spar tradicionales como con sus tiendas Spar Gourmet. Spar Gourmet tiene tiendas de dimensiones inferiores y en ocasiones con productos más caros, sin embargo, esto no se aplica a la fruta y la verdura fresca en la que no existe diferencia de precios entre ambos supermercados.

Spar tiene diferentes rangos de precios en función de las diferentes marcas propias que utiliza. Entre ellas se pueden encontrar una marca más barata con productos de menor calibre y calidad (S-Budget), una marca con la que comercializa los productos orgánicos a un precio superior (Natur Pur) y una marca premium con de mayor precio con la que comercializa sus productos de mayor calidad.

4.4.2. SUIZA

Suiza es uno de los países europeos con una mayor tasa de precios de alimentación, y esto afecta directamente a los precios medios de importación de los productos del estudio, que son incluso superiores a los de Austria en todos los productos estudiados.

Evolución precio de importación CIF €/Kg

Producto	2017	2018	2019
Espárragos	5,10	5,30	5,12
Cebollas	1,45	1,16	1,41
Bananas	1,03	1,00	0,97
Arándanos	8,23	8,60	7,04
Mango	2,79	2,69	2,78
Aguacate	3,52	3,26	3,48
Mandarinas (tangerinas y satsumas)	1,45	1,48	1,38
Limas y Limones	1,68	1,81	1,53
Jengibre	1,88	1,99	2,18
Uvas	2,07	2,01	2,05

Fuente: Swiss National Bank (SNB)

**Para calcular el precio medio CIF de las importaciones suizas de los productos del estudio, se ha llevado a cabo el cambio de francos suizos a euros, con el fin de poder hacer una comparación con los precios austriacos, tomando como referencia una tasa de cambio media anual de 1,11 (2017), 1,15 (2018) y 1,11 (2019).*

- El precio del **espárrago** es uno de los más elevados junto con el de los arándanos entre todos los productos del estudio, y este se mantiene con algunos altibajos por encima de los 5€/kg. El principal origen de importación de espárragos en Suiza es España con un precio por kilo inferior a la media que en 2019 alcanzó los 4,46€/kg, tras España los dos siguientes orígenes más importantes son Alemania y Perú con una alta diferencia de precio entre ambos países, ya que mientras en 2019 el precio medio del espárrago procedente del Perú fue de 5,74€ el kilo para el espárrago alemán fue de 7,56.
- Tanto el volumen como el precio de importación de la **cebolla** depende en gran medida de la cosecha nacional suiza de cebolla ese año. El precio medio de importación se ha mantenido estos últimos años por encima 1€ el kilo, superando el 1,40 durante 2017 y 2019, y con una importante bajada en 2018. Suiza importa la mayoría de la cebolla de países cercanos como España, Francia e Italia, siendo relevante la diferencia del precio medio de importación desde cada uno de estos dos países, España (1,04€/kg), Francia (1,88€/kg) e Italia (2,53€/kg).
- La **banana** al igual que ocurría en Austria es la fruta que más se importa en el país debido a dos factores, la falta de producción nacional y la elevada demanda que la convierte en una de las frutas más consumidas. Al ser uno de los productos más consolidados en el mercado el precio no es especialmente elevado y evoluciona con una cierta estabilidad manteniéndose entorno a 1€ el kilogramo. El origen principal para la banana comercializada en Suiza es Colombia con un precio medio de importación por kilo de unos 0,85€ durante el 2019, poco por encima del segundo principal origen que fue Panamá con precio medio de 0,79€. Perú es

el tercer origen más importante para la banana importada desde Suiza con un precio medio durante el 2019 de 1,06€/kg.

- El **arándano** es el producto del estudio con un precio medio de importación más elevado, llegando a superar los 8€ por kilo importado y cabe mencionar la fuerte bajada de precio del 2018 al 2019 cuando pasó de 8,6€/kg a 7,04€/kg. La mayoría del arándano importado por Suiza procede de España, destino desde el cual se importa a un precio por debajo de la media y que en 2019 bajó a 6,78€/kg. Tras España los dos siguientes orígenes más importantes fueron Italia y Perú con un precio medio de importación de 7,58€/kg y 7,99€/kg respectivamente.
- El precio del **mango** se ha mantenido estable durante los últimos 3 años, rondando el precio medio de importación por kilo los 2,7€. El principal origen para el mango comercializado en Suiza es Perú con un precio medio por debajo de la media de 2,5€/kg durante el año 2019, tras Perú el siguiente origen más importante fue Brasil, con un precio todavía inferior al precio de mango peruano, de 1,8€/kg.
- El precio medio de importación de la **palta** supera los 3€ por kilo, habiendo alcanzado durante el año 2017 los 3,52€/kg. Como ocurría con el mango el principal origen para la palta consumida en Suiza es Perú, con un precio medio de importación que en 2019 alcanzó los 3,39€/kg, tras Perú los dos orígenes más importantes son España y Chile. El precio al que se importa desde España es ligeramente superior al de sus competidores americanos, alcanzando en 2019 los 3,86€/kg, mientras que el del principal competidor americano del Perú, Chile, fue en 2019 de 3,26€ por kilo.
- El precio medio de importación de la **mandarina** fue uno de los pocos productos del estudio en los que bajó desde el año 2018 al 2019, alcanzando este último año los 1,38€ por kilo. La mandarina con origen España, es la más consumida en el país, con un precio medio por debajo de sus competidores que en 2019 fue de 1,14€/kg. Tras la mandarina española, las siguientes más consumidas son las de Italia e Israel, con un precio medio de importación de 1,85€/kg y 1,79€/kg respectivamente en 2019.
- El precio de la **lima y el limón**, al igual que el de las mandarinas, bajó durante el año 2019 a 1,53€/kg, además como en el resto de los cítricos, el origen España es el más popular en el mercado con un precio medio de importación por debajo de la media, que en 2019 fue de 1,35€/kg, muy inferior que el de los otros dos orígenes más relevantes, Italia (2,11€/kg) y Brasil (1,88€/kg).

- El precio de importación del **jengibre**, como ocurría también en Austria, se ha visto incrementado de forma progresiva durante los últimos años, hasta alcanzar en 2019 los 2,18€ por kilogramo. La gran mayoría del jengibre consumido en Suiza proviene de China con un precio medio de importación de 1,9€/kg. Tras China el resto de jengibre consumido en Suiza proviene casi exclusivamente del Perú con un precio de importación medio que subió desde los 2,68€/kg en 2017 a los 3,17€/kg en 2019.
- La **uva** es otra de las principales frutas de importación en Suiza con un precio que evoluciona de una forma más o menos estable y que ronda los 2€ por kilo. La mayoría de la uva consumida en Suiza proviene de su país vecino, Italia con un precio medio de importación por debajo de la media, que en 2019 subió a 1,89€ por kilo, los dos mayores orígenes que siguen, aunque muy de lejos, a Italia son ambos de fuera de Europa, Turquía y Sudáfrica, con un precio medio de importación mayor que en 2019 alcanzó los 2,2€/kg y 2,81€/kg respectivamente.

El precio de la fruta y verdura fresca se eleva considerablemente desde el precio de importación ya elevado en Suiza, hasta el **precio final de venta al retail**. Para tener una referencia de cuál es el precio de venta final de las frutas y verduras del estudio se han clasificado los precios de las principales cadenas de supermercado suizas, a través de las cuales se comercializa la mayoría de fruta y verdura fresca en el país.

Llama a la atención la disparidad de precios de un mismo producto que se puede encontrar dentro de los supermercados suizos, esto se debe a varios factores como la certificación orgánica o de comercio justo, las distintas calidades o calibres que se ofertan para un mismo tipo de fruta o verdura, las distintas variedades de un mismo producto o el tipo de packaging que también condiciona el precio final.

Coop

Producto	Marca	Precio €	Origen	Otro
Espárragos	Coop (Espárrago verde conserva)	13,17€/Kg	China	Conserva bote
	Coop (Espárrago blanco conserva)	18,22€/Kg	Peru	Conserva bote
Cebollas	Coop (Cebolla Amarilla)	2,05€/Kg	Suiza	
	Coop (Cebolla Roja)	3,64€/Kg	Suiza	
Bananas	Coop Naturplan	3,08€/Kg	Rep. Dominicana/Ecuador	Bio/Fairtrade
	Coop	2,75€/Kg	Panamá/Colombia/Ecuador	Fairtrade
	Coop Prix Garantie Bananas	1,29€/Kg	n/a	
	Naturplan JaMaDu	4,01€/Kg	Rep. Dominicana	Bio/Fairtrade
Arándanos	Coop	8,03€/Kg	Suiza	Congelado
	Coop Prix Garantie	7,47€/Kg	Serbia	Congelado
Mango	Coop Naturplan	3,36€/Ud	España	Bio
	Coop Prix Garantie	1,40€/Ud	España/Brasil	
	Primagusto Coop	5,56€/Ud	España	
Aguacate	Coop Naturplan	2,42€/Ud	Colombia	Bio
	Coop	2,05€/Ud	Perú/Chile	
	Giovanelli	1,82€/Ud	Peru	
	Coop Prix Garantie	1,12€/Ud	Perú/Chile	
Mandarinas	Primagusto Coop	4,62€/Kg	Italia	
Limones	Coop	0,60€/Kg	España	
	Coop Naturplan	0,99€/Kg	Portugal	Bio
Jengibre	Coop Naturplan	8,50€/Kg	Perú	Bio y empaquetado
	Coop	3,55€/Kg	China	
Uvas	Coop Naturplan (uva blanca)	4,67€/Kg	Italia	Bio
	Primagusto Coop (uva blanca)	3,69€/Kg	Italia	
	Coop (uva blanca)	1,82€/Kg	Italia	
	Coop (uva blanca Sin semillas)	4,67€/Kg	Italia	
	Prix Garantie (uva blanca)	2,33€/Kg	Italia	
	Coop (mezcla uva blanca y redglobe Sin semillas)	4,11€/Kg	Italia	
	Primagusto Coop (uva moscatel)	8,36€/Kg	Italia	
	Coop (uva redglobe)	2,47€/Kg	Italia	

Fuente: Elaboración propia a través de información obtenida en el trabajo de campo y tienda online.

Los precios finales de la fruta y verdura en los principales supermercados suizos como Migros y Coop es mayor que en otros países europeos, y esto está relacionado con el elevado nivel adquisitivo del país.

Coop ofrece una serie de marcas con diferentes rangos de precio, como Prix Garantie con un rango de precios más económico, Naturplan como marca de productos orgánicos de un precio mayor o Primagusto con productos más caros con una mayor calidad. En el precio de los productos hay que tener en cuenta que mientras desde la central de compras de Coop se adquiere la fruta y verdura directamente de los productores europeos con apenas intermediarios, cuando compran productos “exóticos” de países transoceánicos no lo hacen directamente al productor sino a algún intermediario europeo, afectando esto al precio de venta final.

Migros

Producto	Marca	Precio €	Origen	Otro
Espárragos	Sun Queen (Espárrago verde conserva)	19,89€/Kg	Perú	
	Sun Queen (Espárrago blanco conserva)	17,03€/Kg	Perú	
	Migros M-Classic (Espárrago verde conserva)	14,64€/Kg	Perú	
	Migros M-Classic (Espárrago blanco conserva)	10,93€/Kg	Perú	
Cebollas	Migros (Cebolla amarilla)	1,68€/Kg	Suiza	
	Migros (Cebolla amarilla)	5,98€/Kg	Suiza	Bio
	Migros Fresca (Cebolla amarilla)	1,82€/Kg	Suiza	
	Migros (Cebolla blanca)	3,55€/Kg	Suiza	
	Migros Fresca (Cebolla morada)	3,17€/Kg	Suiza	
Bananas	Migros	3,69€/Kg	Canarias (España)	Bio y Fairtrade
	Chiquita	2,42€/Kg	Centroamérica	Fairtrade
	Fruitissime (banana baby)	11,60€/Kg	Ecuador	Caja de plástico
	Migros	2,61€/Kg	Perú/México	Bio y Fairtrade
Arándanos	Migros	18,31€/Kg	Perú/Argentina	Caja plástico
	Migros	21,68€/Kg	Alemania/Polonia/Rusia	Bio, caja plástico
Mango	Migros	2,24€/Ud	Perú / Costa de Marfil	
	Fruitissime	4,20€/Ud	Perú / Costa de Marfil	Caja de plástico
	Migros	3,08€/Ud	España	Bio
	Migros Fresca	1,82€/Ud	Perú / Costa de Marfil	
Aguacate	Migros	3,27€/Ud	Brasil	
	Migros	2,05€/Ud	Chile/España	
	Migros	2,05€/Ud	Perú / Kenia / México	Bio
	Migros Fresca Baby	0,84€/Ud	Perú	Caja de plástico
	M-Budget	1,02€/Ud	Perú	
	Extra	2,71€/Ud	Perú	
	Fruitissime	2,10€/Ud	Chile/Polonia	Caja de plástico
Mandarinas	Migros	2,10€/Kg	España	
Limonos	Migros Fresca	4,29€/Kg	Brasil/México	Fairtrade
	Migros	0,56€/Ud	México	Bio
Jengibre	Migros	8,31€/Kg	Perú	Bio
Uvas	Migros (Uva blanca Sin semillas)	5,98€/Kg	Italia/España	Bio
	Migros (Uva blanca)	4,11€/Kg	Italia	
	Migros mezcla (Uva blanca y redglobe)	7,85€/Kg	Italia/España	Bio
	Migros mezcla (Uva blanca y redglobe)	4,85€/Kg	Italia	
	Migros (Uva roja Sin semillas)	7,28€/Kg	Italia/España	Bio
	Migros (Uva moscatel)	5,98€/Kg	Italia	

Fuente: Elaboración propia a través de información obtenida en el trabajo de campo y tienda online.

Migros es la empresa de supermercados con más establecimientos de toda Suiza, ofreciendo un alto rango de frutas y verduras frescas de diferentes variedades, calidades y por ende precios.

Migros también utiliza diferentes marcas como M-Budget para los productos más económicos, Migros Fresca o Fruitissime. Además, tienen una versión orgánica de casi todas las frutas y verduras que comercializan con un rango mayor de precios.

V. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Tomamos en este caso la información principal de la caracterización del consumo nacional de frutas y verduras. Este punto incluye una gran cantidad de información de tipo cualitativo extraída principalmente del estudio de fuentes primarias realizado en el transcurso del presente estudio.

5.1. PERFIL DEL CONSUMIDOR.

SUIZA

Suiza es un país particular dentro del continente europeo, donde la histórica política de neutralidad, el contacto limítrofe con algunas de las principales potencias continentales y la pluralidad idiomática y cultural, tienen influencia directa sobre el comportamiento de los consumidores de esta zona.

Este país presenta una estructura política que se articula bajo la forma de un gobierno federal, es decir, lo que intensifica las diferencias idiomáticas, culturales, legales, administrativas, fiscales y por ende de formas de consumo entre sus áreas internas, así destaca la zona germanoparlante como primer mercado del país, seguida a distancia de la francófona e ítalo-parlante.

Adicionalmente hay que mencionar que el 24% de la población suiza es extranjera, de forma que la gran distribución sigue con gran detenimiento la evolución de la inmigración para adaptar su oferta a los gustos de los nuevos consumidores. El grupo más importante lo constituyen los italianos (15,7%), seguidos de los alemanes (15,1%) y de los portugueses (13,4%).

Hablamos, de forma generalizada, de un mercado muy maduro y de alto poder adquisitivo, donde la inclusión de nuevos productos es relativamente complicada, con una concentración en la distribución comercial, si bien desde un punto de vista positivo existen una mayor propensión al consumo productos orgánicos/ecológicos que la media europea.

Existe asimismo una tradicional cultura proteccionista, especialmente alrededor de productos agrícolas, primando los productos de cercanía frente al resto pese a la carencia de recursos naturales regional. El primer criterio de compra o principal atributo valorado en un producto en este mercado es el origen suizo del mismo.

Se ha de tener en consideración igualmente el alto peso de las asociaciones de productores y de consumidores en este y otros sectores de consumo.

Podemos caracterizar al consumidor suizo como un “Smart shopper”, esto es, busca tanto ventajas en el precio como en la calidad, valorando en gran medida los atributos saludable y sostenible.

Adicionalmente la “seguridad” es un importante atributo, así la oferta de productos de calidad y características constantes es altamente relevante.

AUSTRIA

Al igual que en el caso suizo, Austria presenta una economía muy desarrollada, con elevadas cuotas de nivel de vida y altas tasas de paridad del poder de compra. Estas circunstancias hacen que los compradores austriacos suelen ser exigentes, y presuponen un suministro puntual y conforme a las muestras. Los estándares técnicos y las exigencias de calidad son elevados.

Con el avance de la globalización económica, las decisiones de compra se ven supeditadas en medida creciente al argumento del precio, si bien la calidad y la seguridad en el consumo siguen siendo factores primordiales.

En Austria al igual que ocurría en Suiza prima la demanda de la fruta y verdura de producción nacional, esto se debe a dos vertientes ideológicas, por un lado, se intenta favorecer la producción nacional por la repercusión positiva que esto supone en la economía local, por otro lado, en Austria hay una cada vez mayor concienciación con el respeto al medio ambiente asociando las frutas y verduras regionales a una cadena de transporte más corta.

Al igual que en los países vecinos, la avanzada edad promedio de la población abre varias posibilidades a empresas y productos orientados al cuidado de la salud y el bienestar, actividades de formación complementaria para mayores, recreo, ocio y viajes. Por otra parte, el establecimiento de comunidades extranjeras y la difusión de diferentes cocinas del mundo en centros urbanos traen consigo oportunidades en sectores de alimentación típica de otras regiones, sectores de alimentación gourmet, y, por otro lado, soluciones convenientes para la preparación y consumo rápido de alimentos.

5.2. ANÁLISIS DE TENDENCIAS.

Por factores como el tamaño de mercado, situación geográfica, elevado poder adquisitivo (más acentuado en el caso de Suiza) y cultura, los mercados suizos y austriacos, siguen unas tendencias de consumo similares.

5.2.1. AUSTRIA

Como se han comentado en puntos anteriores las importaciones de productos hortofrutícola hace ya varios años que sigue una tendencia alcista, creciendo estas de forma exponencial. Esto se debe a dos factores, la dificultad que tienen para ampliar la producción local, y la tendencia alcista existente en el consumo de frutas y verduras, por una tendencia nacional hacia hábitos de consumo saludables.

Vegetarianismo y veganismo:

Una de las tendencias mundiales que, aunque en la actualidad no es todavía especialmente representativa, pero que si puede que en un futuro promueva el aumento del consumo de frutas y verduras es el vegetarianismo y las nuevas dietas de base vegetal.

Austria es el 9º país en innovación de productos vegetarianos y veganos. Alemania ha conservado su corona como el país con el porcentaje más alto de lanzamientos de alimentos y bebidas vegetarianos a nivel mundial, que representan el 15% de las introducciones veganas mundiales, esto en parte puede haber contribuido al auge de este tipo de movimiento en Austria, país fuertemente influenciado por sus vecinos alemanes.

Productos orgánicos:

Austria tiene uno de los mayores gastos en alimentos orgánicos del mundo. Este tipo de productos se han desarrollado desde un pequeño nicho de mercado hasta tener una importante cuota de mercado. Desde 2013, el gasto de las familias en alimentación orgánica ha crecido un 50%, consumiendo por lo menos un alimento orgánico por semana.

Un factor condicionante de esta tendencia es la sostenibilidad. Los profesionales del sector defienden el uso racional de los recursos y muestran una clara predisposición por productos locales, ya que su “balance ecológico” es más favorable que el de los importados, cuya conservación implica un uso mayor de los recursos energéticos.

Los productos orgánicos más demandados por los austríacos son leche y derivados, huevos, patatas, y frutas y verduras.

Tanto ha crecido el consumo de productos orgánicos que prácticamente todas las cadenas de supermercados del país tienen una línea especial con la que comercializar todo tipo de fruta y verdura de producción orgánica, además, han surgido establecimientos comerciales como la cadena Denn's BioMarkt en cuyas tiendas solo se comercializa fruta y verdura fresca si es de origen orgánico.



Foto tomada durante el trabajo de campo.

5.2.2. SUIZA

Al igual que en Austria, desde Suiza se ha seguido una tendencia alcista de las importaciones de fruta y verdura desde hace 10 años, y se espera que esta tendencia siga creciente durante los próximos años.

Comida vegetariana y vegana:

Creciente consumo vegetariano y vegano. Como consecuencia de esta tendencia las cadenas han incrementado las líneas dirigidas a estos consumidores con marcas diferenciadas.

Suiza tiene la tasa más alta de vegetarianismo de Europa. Se estima que el 14% de los suizos son vegetarianos o veganos (11% vegetarianos y 3% veganos). La mayoría de ellos se encuentran al noreste del país, en la región germano hablante.

Productos biológicos:

Los suizos compran cada vez más productos orgánicos, y a pesar de las diferencias de precio están dispuesta a pagar más porque consideran que estos respetan el medio ambiente y los animales.

Actualmente Suiza es el mercado donde se reporta el mayor gasto en alimentos orgánicos por persona, ya que se estima que al año el consumo asciende a 325 dólares per cápita. Tal es esta tendencia que a día de hoy podemos encontrar una versión orgánica de casi todas las frutas y verduras frescas comercializadas en los supermercados suizos.

Comercio justo:

El año pasado, los consumidores suizos gastaron 864,7 millones de francos en productos de comercio justo, o sea 101 francos suizos por persona. Esto representa un aumento del 13% con respecto al año anterior y un récord.

Este sector, que incluye los jugos de frutas, el café y el té, representó la mayor parte de la facturación del año pasado (24,2%). Le siguieron el sector de la fruta fresca (23,1%) y el del chocolate y el cacao (18,7%)

El comercio justo ha crecido de forma constante durante varios años. Entre 2011 y 2018, su volumen de negocios en Suiza se duplicó con creces, pasando de 393 millones a 865 millones.

5.3. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO PERUANO

Tanto en Suiza como en Austria se ha comprobado cómo no existe un gran conocimiento del producto peruano, aunque en cierta manera el auge de la cocina del Perú ha empezado a introducirse y a coger cierto prestigio, esto todavía no está muy arraigado, y a través del trabajo de campo se ha podido contrastar como el consumidor de fruta y verdura final en general no suele prestar atención a los orígenes de los productos en el caso de que este no sea nacional o de países cercanos como España, Italia o Alemania. Todo esto hace que el hecho de que el producto provenga del Perú, Colombia o Sudáfrica difícilmente va a ser un aspecto relevante a la hora de que el consumidor final se incline por la compra de un mismo producto.

Otro aspecto para tener en cuenta es la percepción del producto peruano por parte de los importadores austriacos y suizos, y esto se ha podido preguntar a través de las entrevistas realizadas durante la fase de fuentes primarias. Es conveniente resaltar como en esta fase se ha podido comprobar cómo tanto los importadores que han comprado directamente desde el Perú, como los que han adquirido frutas y verduras peruanas a través de intermediarios, están bastante satisfechos con la calidad sin haberse recibido ninguna crítica negativa, avalando la profesionalidad de los exportadores de los productos del estudio con los que han tenido experiencia.

VI. REQUISITOS DE ACCESO AL MERCADO

Desglosamos las principales barreras arancelarias y no arancelarias aplicadas al sector, así como las certificaciones más valoradas por los usuarios en el mercado.

6.1. MEDIDAS ARANCELARIAS

Tal y como ya se mencionó anteriormente, para este estudio se han distinguido las siguientes partidas, según codificación arancelaria en código armonizado:

Código	Descripción
Sección VII	Legumbres y hortalizas, plantas, raíces y tubérculos alimenticios.
07 09 20	Espárragos frescos o refrigerados.
07 30 10	Cebollas y chalotes frescos o refrigerados.
Sección VIII	Fritas y frutos comestibles
08 03	Bananas o plátanos, frescos o secos.
08 04 40	Aguacates
08 04 50	Guayabas, mangos y mangostanes, frescos o secos.
08 05 50	Limonos (citrus limón, citrus limonum) y limas (citrus aurantifolia, citrus latifolia)
08 05 21	Mandarinas (incluidas las tangerinas y satsumas)
08 06	Uvas, frescas o secas.
08 10 40	Arándanos rojos, mirtilos y demás frutos del género vaccinium.
Sección IX	Café, té, yerba mate y especias.
09 10 11	Jengibre sin triturar ni pulverizar.

A continuación, se van muestran las diferentes medidas arancelarias e impuestos de Austria como país de la Unión Europea. Estos datos son tomados de la web oficial de la Comisión Europea, y específicamente del apartado de productos que quieren exportar desde Perú hacia Austria.

Medidas arancelarias e impuestos de Austria como país de la Unión Europea

Cuotas aduaneras y tributarias para el código 07.09.20

Origen	Arancel
General	10,20%
Perú	0%

IVA (Impuesto sobre el Valor Añadido)	10%
---------------------------------------	-----

Cuotas aduaneras y tributarias para el código 07.30.10

Origen	Arancel
General	9,60%
Perú	0%

IVA (Impuesto sobre el Valor Añadido)	10%
---------------------------------------	-----

Cuotas aduaneras y tributarias para el código 08.03

Origen	Arancel
General	16,00%
Perú	0%

IVA (Impuesto sobre el Valor Añadido)	10%
---------------------------------------	-----

Cuotas aduaneras y tributarias para el código 08.04.40

Origen	Arancel
General	5,10%
Perú	0%

IVA (Impuesto sobre el Valor Añadido)	10%
---------------------------------------	-----

Cuotas aduaneras y tributarias para el código 08.04.50

Origen	Arancel
General	0,00%
Perú	0%

IVA (Impuesto sobre el Valor Añadido)	10%
---------------------------------------	-----

Cuotas aduaneras y tributarias para el código 08.05.50

Origen	Arancel
General	12,80%
Perú	0%

IVA (Impuesto sobre el Valor Añadido)	10%
---------------------------------------	-----

Cuotas aduaneras y tributarias para el código 08.05.21

Origen	Arancel
General	16,00%
Perú	0%

IVA (Impuesto sobre el Valor Añadido)	10%
---------------------------------------	-----

Cuotas aduaneras y tributarias para el código 08.06.10

Origen	Arancel
General	11,50%
Perú	0%

IVA (Impuesto sobre el Valor Añadido)	10%
---------------------------------------	-----

Cuotas aduaneras y tributarias para el código 08.10.40

Origen	Arancel
General	0,00%
Perú	0%

IVA (Impuesto sobre el Valor Añadido)	10%
---------------------------------------	-----

Cuotas aduaneras y tributarias para el código 09.10.11

Origen	Arancel
General	0,00%
Perú	0%

IVA (Impuesto sobre el Valor Añadido)	10%
---------------------------------------	-----

Gracias al Tratado de Libre Comercio entre la Unión Europea y Perú los países de la Unión Europea, entre ellos Austria, obtuvieron la liberalización arancelaria inmediata, es decir arancel "0", para el 80% de las partidas arancelarias exportadas a Perú.

En el caso de las partidas arancelarias exportadas desde Perú a los estados miembros de la Unión Europea, se ha logrado la desgravación inmediata del 99.3% de partidas arancelarias, las cuales representan el 95% de líneas arancelarias en productos agrícolas. Los productos pesqueros gozan de preferencias arancelarias con flexibilización de las condiciones de origen que obtuvieron en el marco del SGP Plus, mientras que para bienes industriales se logró la desgravación inmediata de aranceles

para el 100% de las exportaciones peruanas. Asimismo, se estableció que todas las partidas arancelarias objeto de este estudio quedarían completamente libres de aranceles en los próximos años, tal y como se puede observar en las anteriores ilustraciones.

Finalmente, cabe destacar que en Austria estos productos, como son alimentos, están sujetos al tipo reducido de IVA del 10%.

Medidas arancelarias e impuestos de Suiza

A continuación, se presentan los aranceles de importación e impuestos a los que se sujetan los productos analizados en este estudio. Todos estos datos han sido proporcionados desde la web de la Oficina Regional de Aduanas de Suiza: www.tares.ch

Cuotas aduaneras y tributarias para el código 07.09.20

Origen	Arancel
General	0,0%
Perú	0,0%

IVA (Impuesto sobre el Valor Añadido)	2,5%
---------------------------------------	------

Cuotas aduaneras y tributarias para el código 07.03.10

Origen	Arancel
General	248 Francos Suizos por 100kg brutos
Perú	248 Francos Suizos por 100kg brutos

IVA (Impuesto sobre el Valor Añadido)	2,5%
---------------------------------------	------

Cuotas aduaneras y tributarias para el código 08.03

Origen	Arancel
General	14 Francos Suizos por 100kg brutos
Perú	0,0%

IVA (Impuesto sobre el Valor Añadido)	2,5%
---------------------------------------	------

Cuotas aduaneras y tributarias para el código 08.04.40

Origen	Arancel
General	1,6 Francos Suizos por 100kg brutos
Perú	0,0%

IVA (Impuesto sobre el Valor Añadido)	2,5%
---------------------------------------	------

Cuotas aduaneras y tributarias para el código 08.04.50

Origen	Arancel
General	1 Francos Suizos por 100kg brutos
Perú	0,0%

IVA (Impuesto sobre el Valor Añadido)	2,5%
---------------------------------------	------

Cuotas aduaneras y tributarias para el código 08.05.50

Origen	Arancel
General	0,0%
Perú	0,0%

IVA (Impuesto sobre el Valor Añadido)	2,5%
---------------------------------------	------

Cuotas aduaneras y tributarias para el código 08.05.21

Origen	Arancel
General	7 Francos Suizos por 100kg brutos
Perú	0,0%

IVA (Impuesto sobre el Valor Añadido)	2,5%
---------------------------------------	------

Cuotas aduaneras y tributarias para el código 08.06

Origen	Arancel
General	0,0%
Perú	0,0%

IVA (Impuesto sobre el Valor Añadido)	2,5%
---------------------------------------	------

Cuotas aduaneras y tributarias para el código 08.10.40

Origen	Arancel
General	0,0%
Perú	0,0%

IVA (Impuesto sobre el Valor Añadido)	2,5%
---------------------------------------	------

Cuotas aduaneras y tributarias para el código 09.10.11

Origen	Arancel
General	3,75 Francos Suizos por 100kg brutos
Perú	0,0%

IVA (Impuesto sobre el Valor Añadido)	2,5%
---------------------------------------	------

Al observar las anteriores ilustraciones se concluye que casi todos los productos analizados en el estudio tienen las mismas cuotas aduaneras del 0% que tienen al importarse desde Austria. La cebolla es la única de las seleccionadas que lleva un impuesto diferente, en este caso de 248 francos suizos por cada cien kilogramos de peso bruto importado.

Además, todos los productos cuentan con una tasa de impuesto reducida, del 2.5%.

6.2. REGULACIONES.

6.2.1. UNIÓN EUROPEA (AUSTRIA)

Las regulaciones de importación en Austria como el resto de los países de la UE están sujetas a la normativa de la Unión Europea, siendo esta una de las más restrictivas en lo que respecta a la seguridad alimentaria.

Concretamente los límites máximos de fitosanitarios permitidos en productos de origen vegetal destinados a la alimentación como frutas o verduras son los llamados Límites Máximos de Residuos (LMR) estos son actualizados con regularidad y están regulados por el Reglamento (CE) nº 396/2005.

Límites Máximos de Residuos link:
https://ec.europa.eu/food/plant/pesticides/max_residue_levels/eu_rules/mrls_2020_en

Para poder exportar a la UE es necesario que los productos fitosanitarios utilizados contengan sustancias activas contenidas en la Directiva 91/414/CEE (<https://ec.europa.eu/food/plant/pesticides>)

Con el objetivo de comprobar que se cumplen las medidas uno de los requisitos para exportar productos vegetales a la UE es la aportación de un certificado fitosanitario expedido por las autoridades competentes del país de la empresa exportadora, la correcta validez de la mercancía será comprobada por las inspecciones aduaneras en el punto de entrada hacia la UE.

Otro aspecto fundamental es que el importador esté registrado pertinentemente bajo la autoridad sanitaria del país destino, siendo en el caso de Austria AGES - La Agencia para la Salud y la Seguridad Alimentaria la autoridad competente.

Existe también un control sanitario de alimentos de origen no animal siendo los distintos ministerios de agricultura, salud y alimentación de los países destino lo que facilitan el permiso a la libre circulación interna de mercancías destinadas al consumo humano según la legislación europea vigente, o la análoga noruega en el caso específico de este país.

Para el cumplimiento de estos requisitos es comúnmente aceptado el Certificado Sanitario Oficial de Exportación de alimentos para consumo humano emitido por DIGESA en origen.

6.2.2. SUIZA

Los productos de alimentación importados a Suiza están sometidos a la legislación suiza sobre productos alimenticios y deben cumplir una serie de condiciones para poder acceder al mercado.

Los importadores de alimentos deben asegurarse, mediante la autoinspección, de que sus mercancías cumplen los requisitos legales. Las etiquetas de los alimentos destinados a la venta a los consumidores deben contener toda la información necesaria. Los Cantones, bajo la dirección de su Químico Cantonal, son responsables de las inspecciones en Suiza. También deben observarse las disposiciones de las ordenanzas específicas de los productos.

Autorización:

Los productos alimenticios enumerados en la Ordenanza sobre productos alimenticios y artículos de utilidad pueden ser importados sin autorización de la FSVO, siempre que cumplan todos los requisitos aplicables a estos productos. Los productos alimenticios que no se mencionan en la Ordenanza deben ser autorizados por la FSVO.

Enlace de la Ordenanza: <https://www.admin.ch/opc/de/classified-compilation/20101912/index.html>

- **Certificación**

Los productos alimenticios pueden importarse en Suiza sin necesidad de certificación. Se aplican disposiciones especiales a los productos alimenticios de origen animal procedentes de terceros países, con el fin de evitar que se introduzcan en el país enfermedades animales. Las disposiciones específicas de importación se encuentran en la sección Importación.

- **Disposiciones especiales de importación**

Además de las disposiciones de importación que exige la legislación sobre productos alimenticios, en algunos casos también hay que tener en cuenta los aspectos agrícolas. Se puede obtener información al respecto en la Oficina Federal de Agricultura (FOAG).

La normativa suiza aplicable a la importación de este tipo de alimentos está en gran medida armonizada con la de la UE, aunque con algunas diferencias aplicable es posible verla a través del siguiente link a la web de la Federal Food Safety and Veterinary Office (FSVO) de Suiza, <https://www.blv.admin.ch/blv/fr/home/lebensmittel-und-ernaehrung/rechts-und-vollzugsgrundlagen/gesetzgebung-lme.html>

6.3. OTRAS REGULACIONES.

6.3.1. UNIÓN EUROPEA (AUSTRIA)

Enumeramos en el presente apartado una serie de regulaciones y requisitos habituales que condicionan la comercialización de bienes destinados al consumo humano en Europa.

1. Control sanitario de alimentos genéticamente modificados y nuevos alimentos:

Existe una legislación específica que regula la comercialización de organismos genéticamente modificados (OGM), por la cual ha de solicitarse ante la autoridad competente del Estado destino la “Solicitud de autorización de OMG para alimentos y piensos” el cual remitirá la misma a la Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria (EFSA) que realiza una evaluación de riesgos.

En este sentido la autoridad europea actualiza de forma periódica los listados de alimentos permitidos con estas atribuciones. Pudiese consultar en la web de la comisión europea: https://ec.europa.eu/food/safety/novel_food/authorisations/union-list-novel-foods_en

2. Trazabilidad, cumplimiento y responsabilidad en alimentos y piensos:

La Ley de la UE define la trazabilidad como la capacidad de rastrear y seguir cualquier alimento, alimento animal o sustancia o sustancia productora de alimentos que se utilizará para el consumo, en todas las etapas de producción, procesamiento y distribución.

La correcta trazabilidad de los productos es un elemento indispensable para la autorización de la venta destinada al consumo humano en Europa.

Legislación actual UE:

https://webgate.ec.europa.eu/reqs/public/v1/requirement/auxi/eu/eu_safefood_traceability_legislation.pdf/

3. Etiquetado de alimentos:

La normativa de etiquetado se centra en la información a los consumidores, donde destacan las necesidades de inclusión de información nutricional obligatoria en alimentos procesados, establecimiento de orígenes de alimentos primarios o no procesados y el contenido de posibles alérgenos.

Información necesaria:

- Nombre del producto (Nombre legal).
- Lista de Ingredientes (incluidos los aditivos o las enzimas) en orden descendente de peso los mismos en el elemento final a comercializar.
- Cantidad neta (Kg o g).
- Fecha de durabilidad mínima.
- Condiciones de almacenamiento o condiciones de uso.
- País de origen o lugar de procedencia.
- Valor energético.
- Cantidades de grasa, saturados, carbohidratos, azúcares, proteínas y sal.

Con respecto al idioma, el etiquetado para su uso comercial destinado al consumo final debe aparecer al menos en la lengua oficial de la nación destino.

En el caso de la fruta y verdura fresca no es necesaria la información nutricional.

4. Etiqueta orgánica:

La significación de un producto como ecológico u orgánico no es obligatoria, y se encuentra reflejada en la legislación actual de la Unión Europea, vigente hasta el 2021, donde entrará en vigor la nueva normativa aprobada el pasado 2018.

Reglamento de producción y etiquetado ecológico (2018/848): <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:32018R0848&from=ES>

6.3.2. SUIZA:

En Suiza la legislación respecto a este tipo de regulaciones presenta cierta similitud con la de la Unión Europea:

1. Control sanitario de alimentos genéticamente modificados y nuevos alimentos:

Los alimentos que contengan o hayan sido obtenido a través de organismos genéticamente modificados o OGM estas sometidos a una regulación específica en Suiza y solo pueden comercializarse con un permiso especial, en el caso de que los OGM vayan destinados al consumidor deberán estar etiquetados.

Para la aprobación de este tipo de productos deben ser evaluados por un procedimiento de licencia de la FSVO con la participación de las agencias federales, y solo se aprueba tras comprobar que no hay riesgo ni para la salud humana ni para el medio ambiente.

Enlace para etiquetado obligatorio de OMG: <https://www.blv.admin.ch/blv/de/home/lebensmittel-und-ernaehrung/lebensmittelsicherheit/naehrwertinformationen-und-kennzeichnung/gvo.html>

2. Trazabilidad, cumplimiento y responsabilidad en alimentos y piensos:

La trazabilidad de los alimentos está contemplada en el reglamento suizo exigiendo a los alimentos, además de otros productos, sean rastreables en todas sus etapas de fabricación, procesamiento y venta.

Toda persona o empresa que comercialice alimentos debe proporcionar a la autoridad de su cantón en el caso de que se les sea requerido la información de a quién le obtuvieron los productos y a quien han sido entregados (excepción del consumidor final). La información debe ser mantenida hasta que el producto haya sido consumido.

“Cualquiera que importe productos de un país que no tenga un sistema de trazabilidad analógica es responsable de garantizar que su origen sea rastreable hasta tal punto que pueda excluirse un riesgo

para la seguridad de los productos. El grado de responsabilidad se basa en el riesgo potencial del producto” Art 83 LGV 817.02.

3. Etiquetado de alimentos:

El etiquetado de los alimentos está regulado por las autoridades suizas y debe incluir:

- El nombre del artículo
- La composición (ingredientes)
- El potencial alérgico del alimento o sus ingredientes
- La durabilidad
- El país de producción del alimento
- El origen de los ingredientes cuantitativos importantes del alimento
- Una declaración nutricional
- El uso de ingeniería genética o procesos tecnológicos especiales en la producción (por ejemplo, irradiación)
- Consejos sobre el uso adecuado si el alimento no se puede utilizar según lo previsto sin esta información.

Este etiquetado debe ir en un lugar claramente visible y en escritura fácilmente legible e indeleble en al menos un idioma federal oficial. En casos excepcionales, pueden redactarse en un idioma diferente, siempre que esto proporcione a los consumidores de Suiza información suficiente y sin ambigüedades sobre los alimentos.

En el caso de la fruta y verdura fresca no es necesario incluir la información nutricional.

4. Etiqueta orgánica:

En Suiza existe una ordenanza sobre agricultura orgánica y etiquetado de productos y alimentos producidos orgánicamente, y es esta la que delimita si un producto puede considerarse como orgánico u ecológico además de su etiquetado.

<https://www.admin.ch/opc/de/classified-compilation/19970385/index.html>

6.4. CERTIFICACIONES.

A continuación se muestran las principales certificaciones utilizadas por las empresas en materia de fruta y verdura.

Global Gap:

<https://www.globalgap.org/es/>

Esta certificación nace en Europa con como objetivo de garantizar la inocuidad de los alimentos, y los métodos de producción sostenibles que reduzcan el impacto ambiental y la salud y bienestar de los trabajadores y animales. Esta certificación tiene como objetivo la armonización de procedimientos y normas a nivel internacional con el fin de simplificar procesos, y facilitar a los productores internacionales conseguir una certificación de garantía universal y así reducir auditorías y certificaciones para cada mercado.



La norma Global Gap para frutas y hortalizas controla todas las etapas de la producción abarcando aspectos como la gestión de suelos, uso de fitosanitarios, almacenamiento, manipulación de los productos, empaquetado etc.

Este certificado es muy importante de cara a exportar a países como Austria y Suiza, en la información recabada mediante fuentes primarias en las que se han realizado entrevistas a las empresas importadoras, se ha detectado como la mayoría de las empresas importadoras reclaman la certificación Global Gap como un requisito indispensable de cara a la elección de un proveedor internacional de frutas y verduras.

En el siguiente enlace se puede acceder a un video explicativo oficial de Global Gap donde explica cómo obtener la certificación: <https://www.youtube.com/watch?v=eCGAyy1ztsA&list=PL4KdyEL-8t-CRJoHgq-vHzezwcju3KqF8>

Comercio justo:

Las certificaciones más importantes de comercio justo de cara a la entrada en los dos países de estudio son GRASP (forma parte de Global Gap) y FairTrade international, siendo esta última la más reconocida a nivel internacional.



FairTrade: <https://www.fairtrade.net/>

Es una certificación común en el entorno europeo para productos originados en zonas en desarrollo, por el cual los productores reciben un precio acorde con los criterios prefijados como justos para el desarrollo comercial.

Grasp: <https://www.globalgap.org/es/for-producers/globalg.a.p.-add-on/grasp/>

Es una certificación creada como complemento de la certificación Global Gap con el objetivo de extrapolar las buenas prácticas agrícolas a las personas. La evaluación es válida por un año y está completamente orientada a un buen sistema de gestión social.

Sello Orgánico:

Unión Europea (Austria):

La comercialización en el mercado de la Unión Europea (UE) de productos agrícolas vivos o no procesados, productos agrícolas procesados para su uso como alimentos, piensos, semillas y material de reproducción vegetativa, con referencia a los métodos de producción orgánica, debe cumplir las normas establecidas por el Reglamento (CE) Nº 834/2007 del Consejo (DO L-189 de 20/07/2007) (CELEX 32007R0834).

Estas **normas** abarcan los siguientes aspectos:

- Producción, elaboración, envasado, transporte y almacenamiento de productos

- Utilización de determinados productos y sustancias en la elaboración de alimentos (anexos VIII y IX del Reglamento (CE) Nº 889/2008 de la Comisión).
- Prohibición del uso de organismos genéticamente modificados (OGM) y de productos fabricados a partir de OGM en la producción orgánica
- Logotipo de producción orgánica de la Unión Europea. El logotipo y las indicaciones relativas a los métodos de producción ecológica sólo podrán utilizarse para determinados productos que cumplan todas las condiciones establecidas por el Reglamento. La información sobre el reglamento de uso, el manual de usuario y las preguntas más frecuentes está disponible en: https://ec.europa.eu/agriculture/organic/downloads/logo_en



- Las medidas de inspección y el régimen de control específico que deben aplicar las autoridades designadas de los Estados Miembros a este tipo de productos.

Asimismo, los productos orgánicos de terceros países sólo podrán comercializarse en el mercado de la UE cuando estén etiquetados como productos con indicaciones referentes a la producción orgánica, si se han producido de conformidad con las normas de producción y están sujetos a disposiciones de inspección que se ajusten a la legislación comunitaria o sean equivalentes a ésta.

A fin de comprobar que las mercancías se han obtenido con arreglo a normas de producción equivalentes a las establecidas en la Comunidad, la Comisión Europea realiza una investigación exhaustiva de las disposiciones del país en cuestión, examinando no sólo los requisitos impuestos a la producción sino también las medidas aplicadas para garantizar un control eficaz.

Suiza:

La base jurídica para la importación de productos orgánicos es la versión más reciente de la Ordenanza sobre agricultura orgánica de Suiza, en particular los artículos 22 a 24a y 26.

La Ordenanza sobre la agricultura biológica del Departamento Federal de Asuntos Económicos, Educación e Investigación (EAER) especifica con más detalle los requisitos de la Ordenanza sobre la agricultura biológica.

La EAER reconoce que las normas de producción y los sistemas de inspección que existen en varios países son equivalentes a los que funcionan en Suiza. Esos países figuran en el anexo 4 (lista de países) de la Ordenanza de Agricultura Ecológica de la EAER.

La Oficina Federal de Agricultura FOAG reconoce a los organismos de certificación y a las autoridades de inspección de los países no incluidos en la lista de países, si los organismos de certificación y las autoridades de inspección pueden demostrar que los productos en cuestión cumplen las condiciones establecidas en el artículo 22 de la Ordenanza sobre la Agricultura Biológica. Los organismos de certificación y las autoridades de inspección se enumeran en el anexo 4a de la Ordenanza sobre agricultura biológica de la EAER.

En el siguiente enlace se puede consultar toda la **documentación necesaria para la introducción**, paso por paso, **de este tipo de productos en el país, así como los organismos certificadores oficiales** en el país: <https://www.blw.admin.ch/blw/en/home/markt/kennzeichnung/biolandbau.html>

Con el objetivo de **simplificar y promover el comercio de productos orgánicos**, las autoridades de la Unión Europea (UE), Canadá, Japón y los Estados Unidos de América (EE.UU.) han confirmado oficialmente a la Oficina Federal de Agricultura (FOAG) que reconocen el Reglamento de Agricultura Biológica de Suiza como equivalente a sus propios reglamentos nacionales.

A cambio, Suiza reconoce las regulaciones que rigen la agricultura orgánica, el procesamiento y etiquetado de productos orgánicos y los sistemas de control de los estados mencionados anteriormente como equivalentes al Reglamento de Agricultura Orgánica de Suiza.

Finalmente, cabe mencionar que, con el fin de garantizar un flujo simplificado de productos orgánicos entre la UE y Suiza, en este **se aplica el mismo requisito que en la UE para la indicación de los números de código de los organismos de certificación en productos orgánicos**.

Empresa certificadora suiza: <https://www.procet.ch/en/home-14.html>

VII. ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN

7.1. FERIAS.

Incluimos la información de los principales eventos comerciales que tendrán lugar en un futuro próximo en los países del estudio.

Según la información recabada en las entrevistas a los importadores tanto suizos como austriacos, la mayoría de ellos acuden a ferias para buscar a sus nuevos proveedores, destacando dos de ellas por encima de las demás. Prácticamente todos los importadores de fruta y verdura suizos y austriacos acuden de forma anual a la Fruit Logistica de Berlín, y muchos de ellos además de la Fruit Logistica también acuden a la Fruit Attraction de Madrid.

Fruit Logistica.



Esta feria incluye todas áreas de negocio y participantes del mercado de los productos frescos proporcionando una visión completa de todas las novedades, productos y servicios en todo el proceso. Fruit Logistica ofrece así excelentes oportunidades de establecer contacto con los principales grupos objetivos a nivel de toma de decisiones.

Todos los contactos, clientes, socios comerciales e ideas inspiradoras en un solo lugar: 3.300 expositores y más de 72.000 visitantes profesionales aprovechan en Fruit Logistica para desarrollar todo su potencial de negocio en el mercado internacional de productos frescos.

La Fruit Logistica de 2021 se llevará a cabo del 18 al 20 de mayo.

<https://www.fruitlogistica.es/>

Fruit attraction:

Con un número estimado de 1.600 empresas participantes y 70.000 expertos de 120 países, la Fruit Attraction convierte Madrid en la metrópoli del sector hortícola. En el transcurso del evento, la Fruit Attraction se revela como una de las plataformas comerciales de frutas y hortalizas más eficientes del mundo.

El evento está dividido en dos sectores principales, el sector de productos frescos y la industria auxiliar, y está orientado al canal de distribución de especialistas.

La Fruit Attraction de Madrid 2021, se llevará a cabo del 5 al 7 de octubre.

<https://www.ifema.es/fruit-attraction>

Aunque tanto la feria de Berlín como la de Madrid son las más importantes del sector de cara a encontrar a los importadores de productos hortofrutícolas de Suiza y Austria, a continuación, se van a comentar algunas ferias locales sectoriales locales de los países de estudio:

Suiza:**Bio Marché:**

La feria suiza para artículos biológicos es un enorme mercado que se extiende sobre toda la ciudad antigua de Zofingen. Unos 190 expositores nacionales e internacionales presentan una amplia gama de productos orgánicos.

La Bio Marche de Zofinge 2021, se llevará a cabo del 18 al 20 de junio.

<https://www.biomarche.ch/>

FBKplus Berna:

Es el nuevo punto de encuentro para la comida comercial e industrial y la producción de bebidas, desde alimentos derivados de la leche hasta vinos.

En total los organizadores saludaron en los 4 días de la feria, del 22. enero al 25. enero 2017, a unos 207 expositores y 22770 visitantes en la FBKplus en Berna.

La FBKplus tendrá lugar en 4 días de sábado, 16. enero a martes, 19. enero 2021 en Berna.

<https://www.fbkplus.ch/>

Austria:

Kulinarik:

Se celebra en Salzburgo y es una aventura para los tomadores de decisiones del sector de la alimentación. Se centra especialmente en productos orgánicos y de alta calidad.

La Kulinarik tendrá lugar en 3 días de viernes, 19. marzo a domingo, 21. marzo 2021 en Salzburgo.

<https://www.kulinarik-salzburg.at/en/>

Kulinar Tulln an der Donau:

En esta feria hay productores, minoristas y los importadores tienen la oportunidad de presentar sus productos a un público amplio.

La Kulinar tendrá lugar en 4 días de jueves, 25. marzo a domingo, 28. marzo 2021 en Tulln an der Donau.

https://www.messe-tulln.at/messe_kalender/kulinar_tulln/

7.2. PUBLICACIONES ESPECIALIZADAS.

Se incluyen varias plataformas de divulgación sobre el sector hortofrutícola en los países de estudio susceptibles de publicar artículos sobre el sector:

- **"Schweizer Obst"** Es la única revista para toda la industria de la fruta suiza y sirve como publicación oficial de la Schweizer Obstverband (Swiss Fruit Association).
- **"Marktbericht Früchte und Gemüse"** Son informes de mercado fruta y verdura publicados de manera mensual por la Oficina Federal de Agricultura FOAG.
<https://www.blw.admin.ch/blw/de/home.html>

- **Fresh Plaza.** Es una plataforma de comunicación del sector hortofrutícola que, aunque tiene la sede en Países Bajos realiza publicaciones del sector a nivel mundial, sobre todo a través de su plataforma web donde publica artículos sobre frutas y verduras traducidos en 6 idiomas, haciendo referencia a los dos países del estudio. <https://www.freshplaza.de/>
- **Bio Austria.** Es una plataforma austriaca que además de hacer de asociación de agricultores orgánicos, publica regularmente una revista dedicada a la producción y consumo de productos orgánicos en todas las zonas de Austria. <https://www.bio-austria.at/zeitung/>
- **Statistik Austria.** Es el instituto nacional de estadísticas de Austria y anualmente elabora publicaciones sobre los resultados de la cosecha de frutas y verduras del país. https://www.statistik.at/web_de/statistiken/index.html

VIII. CONTACTO DE INTERÉS

Desglosamos a continuación las principales instituciones existentes en Suiza y Austria con implicaciones directas o indirectas al desarrollo de la actividad comercial de fruta y verdura en la zona.

8.1. SUIZA

FEDERAL FOOD SAFETY AND VETERINARY OFFICE

<https://www.blv.admin.ch/blv/en/home.html>

La Administración Suiza de Veterinaria y Seguridad en Alimentación es el organismo encargado de la certificación y control de los productos alimenticios y veterinarios que se destinan al país.

FEDERAL OFFICE FOR AGRICULTURE FOAG

<https://www.blw.admin.ch/blw/en/home.html>

Es el organismo público que ostenta la competencia para todas las cuestiones relacionadas con el sector agrícola de Suiza.

VERBAND SCHWEIZER GEMÜSEPRODUZENTEN VSGP

<https://www.gemuese.ch/ueber-uns>

La VSGP es la asociación de productores de vegetales suizos y se encarga de representar los intereses de los productores de hortalizas frescas, almacenadas y procesadas del país, independiente de su modo de producción.

SWISSCOFEL

<http://www.swisscofel.ch/de/index.php>

Este es quizás el contacto del sector más importante en Suiza, y es la asociación del comercio de frutas, verduras y papas. Entre sus cerca de 170 miembros se encuentran la mayoría de mayoristas y minoristas importadores de frutas y verduras del país.

SCHWEIZERISCHER OBSTVERBAND

<https://www.swissfruit.ch/>

Es la asociación suiza de la fruta e incluye a productores, procesadores y comercializadores de fruta del país.

SCHWEIZERISCHER BAUERNVERBAND

<https://www.sbv-usp.ch/de/>

Es la Asociación de Agricultores Suizos, tiene sede en Brugg y está compuesta por 25 organizaciones profesionales cantonales de diversas asociaciones profesionales de agricultores.

8.2. AUSTRIA

AGES - ÖSTERREICHISCHE AGENTUR FÜR GESUNDHEIT UND ERNÄHRUNGSSICHERHEIT GMBH

<https://www.ages.at/ages/allgemeines/>

La agencia austriaca para la salud y seguridad alimentaria nace en 2002 y sus objetivos son los de la protección de la salud de las personas, animales y plantas además como controlar la calidad de los alimentos comercializados y la protección de los consumidores frente a posibles engaños.

AGRARMARKT AUSTRIA (AMA)

<https://www.ama.at/Intro>

AMA es una institución pública austriaca dependiente del Ministerio de Agricultura y se dedica a una serie de tareas relacionadas con el sector agrícola como llevar a cabo informes de mercado, la gestión de cuotas y licencias o incluso la gestión de programas de medio ambiente.

VERBAND DES OBST- UND GEMÜSEGROßHANDELS, BERUFSGRUPPE

<https://www.wko.at/service/dienststelle.html?orgid=20115>

Pertenece a la Cámara de Comercio y representa los intereses de los comerciantes de productos agrícolas como frutas, hortalizas, vinos, carnes o ganado.

CHAMBERS OF AGRICULTURE AUSTRIA

<https://www.lko.at/>

La Cámara de Agricultura de Austria tiene su sede en Viena. Sin embargo, sus actividades se extienden a toda Austria. Entre sus miembros se incluyen las nueve cámaras regionales de agricultura y la Asociación Austriaca Raiffeisen, la organización coordinadora de toda la cooperativa Raiffeisen.

El propósito de la asociación es mejorar la situación general de los sectores agrícola y forestal, y representar sus intereses comunes.

IX. PERFIL DE COMPRADORES

Cuando se llevan a cabo grandes exportaciones de productos alimentarios, especialmente en los que no han sufrido ningún proceso de transformación resulta más probable que aparezca la figura del intermediario. Puede haber varios intermediarios entre el exportador y el distribuidor, en Europa existen grandes importadores de fruta y verdura que compran grandes volúmenes en países sobre todo transoceánicos para después distribuirlo a minoristas u otros mayoristas por diferentes países europeos, siendo un mero intermediario.

Empresa importadora

Como se comentaba en puntos previos es la figura de estos intermediarios la que desvirtúan las cifras de exportación, ya que son los países de procedencia de estos los que quedan registrados como país de destino, aunque después el producto sea reexportado a un tercer país, de esta manera al analizar las cifras de importación de Eurostat es posible conocer cuál es la procedencia de estas empresas. Entre los países que destacan como procedencia de las empresas reexportadoras, no solo hacia Austria o Suiza, sino hacia toda Europa está Países Bajos, uno de los mayores exportadores de fruta y verdura del mundo, con unos niveles de producción muy por debajo de sus niveles de venta. Un ejemplo de esto es el hecho de que los principales exportadores de productos exóticos a Suiza, Alemania y Austria son Países Bajos y Francia.

Importaciones austriacas de frutas y verduras por origen del exportador (€ Mil.)

*Suma de los capítulos 8 y 9 del código TARIC (ARANCEL INTEGRADO COMÚN)

Rank. 2019	Importación	2019
1	Alemania	583.086,28
2	Italia	266.317,85

3	Países Bajos	248.488,51
4	España	212.038,81
5	Turquía	200.617,30
6	Bélgica	89.478,88
7	Hungría	42.112,63
8	Serbia	41.140,57
9	Polonia	37.310,48
10	Francia	24.775,42

Fuente: Eurostat

Llama mucho la atención como al comparar los datos de origen de la fruta y verdura, con los del origen del exportador, estos varían enormemente. Mientras que España era el principal origen de los productos hortofrutícolas importados por Austria, queda relegado por Alemania, Italia y Países Bajos en cuanto al país de residencia de las empresas exportadoras, llamando la atención como Alemania y Países Bajos exportan una cantidad extraordinariamente superior en las estadísticas que toman como referencia el origen del exportador que en las estadísticas que toman como referencia el origen del producto, mostrando claramente como estos países son meros intermediarios que compran a países como España o Perú para reexportarlo a Austria. En el caso de Alemania se hace especialmente palpable por su gran influencia comercial sobre Austria.

Todo esto es el motivo de que mientras las frutas y verduras peruanas son el 10º origen más exportado a Austria, estas exportaciones no se hacen directamente a través de empresas peruanas, ya que, atendiendo a las estadísticas, Perú es el 94º país que más exporta directamente estos productos a Austria. Esto no solo le ocurre al Perú, ya que es posible apreciar como la mayoría de las exportaciones se hacen desde países europeos, relegando en las estadísticas a países americanos como Costa Rica, Ecuador o Colombia. Con la excepción de Chile que sí consigue exportar de forma directa a Austria, pudiendo eliminar intermediarios y así obtener mayor margen en las exportaciones.

Importaciones suizas de frutas y verduras por origen del exportador (€ Mil.)

*Suma de los capítulos 8 y 9 del código TARIC (ARANCEL INTEGRADO COMÚN)

Rank. 2019	Importación	2019
1	Francia	337.488
2	España	326.095
3	Italia	286.192
4	Países Bajos	220.425
5	Alemania	109.094
6	Turquía	71.081

7	Estados Unidos de América	35.400
8	Sudáfrica	13.376

Fuentes Espejo: Eurostat, Turkstat, US Census Bureau y South African revenue services.

En el caso de Suiza se observa una situación similar, con una diferencia en cuanto a los países reexportadores, en este caso debido a su gran influencia comercial, es Francia el país que más le reexporta fruta y verdura a Suiza, España solo exporta directamente algo más de la mitad del producto español que entra en Suiza, y Países Bajos y Alemania vuelven a tener un peso significativo como intermediarios de este tipo de mercancía.

Con Suiza a Perú le ocurre una situación similar que la ocurría en el comercio con Austria, mientras el producto peruano es uno de los más importado, este se introduce en el país por medio de intermediarios que lo compran a los exportadores peruanos para más tarde reexportarlo a Suiza.

El perfil de los compradores de fruta y verdura peruanas comercializadas en Suiza depende de la posición que tenga este en la cadena de distribución, como ya se ha comentado, diferenciando en dos grandes tipos, por un lado la central de compras del supermercado o empresa de retail que comercializa directamente al cliente final y que en muchas ocasiones importa directamente sus productos desde el origen y los mayoristas europeos de fruta y verdura que importan desde el origen para comercializarlo en tiendas y mercados especializados o directamente a la cadena de supermercados.

Como ya se ha comentado en muchas ocasiones este importador no está afincado en los países del estudio por varias razones, en el caso de Austria, la mayoría de las grandes empresas de retail que más fruta y verdura venden en el país son de origen alemán u holandés (Spar), por lo que la central de compras no suele estar en Austria, sino en el país de origen de la compañía, por lo que para vender en el país a través de estos canales habría que tener el objetivo en los importadores alemanes u holandeses. Otra vía de entrada en Austria y Suiza a través de empresas de otros países europeos es la exportación hacia grandes empresas europeas importadoras de fruta y verdura especializadas en importaciones transoceánica y en algunas ocasiones en productos considerados como exóticos en dichos mercados (mango, aguacate etc.) en ocasiones como es el caso de cadena de supermercados Coop, mientras que si importan directamente desde el origen algunos productos, como los cultivados en España e Italia, para los productos de otros continentes como América, los compran a través de intermediarios, por no tener todavía un conocimiento suficiente del sector.

Muchos mayoristas de frutas y verdura suizos y austriacos no importan directamente la fruta desde el Perú, sino que lo hacen a través de otro intermediario, esto se debe a que en el caso de algunos productos como el mango, el aguacate o el jengibre, no venden una cantidad suficiente para que les merezca la pena comprar desde Perú, por los costes logísticos que esto supone, por lo que les viene mejor pagar un poco más e importarlo a través de intermediarios europeos.

En las entrevistas llevada a cabo durante la fase de fuentes primarias, se ha podido identificar una característica común para los potenciales compradores de fruta y verdura peruana, y es su consideración de la confianza como un aspecto clave a la hora de buscar proveedores, los importadores buscan relaciones a largo plazo que en algunas ocasiones duran décadas, por lo que se hace fundamental ganarse su confianza durante las primeras transacciones teniendo especial atención a aspectos como la calidad, precio y tiempos de entrega acordados.

En cuanto a la valoración de los compradores en lo referente al origen del producto, no se hace especialmente relevante, en muchas ocasiones no supone un aspecto importante a la hora de decantarse por un exportador de un mismo producto.

X. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El presente apartado incluye las principales conclusiones del estudio y una serie de recomendaciones para abordar los mercados de Suiza y Austria. Con el fin de exponer de forma ordenada dichas conclusiones, se responde a los objetivos marcados del estudio a través de la información recabada en el mismo.

El Objetivo general del servicio se centraba en conocer la existencia de **oportunidades de exportación de frutas y verduras peruanas en Suiza y Austria**. En este sentido, **tanto Suiza como Austria, aunque no sean grandes mercados tienen un consumo de frutas y verduras relevante y en alza**.

En ambos países, sobre todo en Suiza, existe un elevado nivel adquisitivo que se corresponde con unos elevados precios de venta finales, no obstante, y aunque el producto peruano es fácil de encontrar en los principales puntos de venta, prácticamente no hay una exportación directa, sino que entran en el país a través de intermediarios europeos. Por lo que todavía hay ciertas barreras, tales como:

- Desconocimiento del producto peruano.
- Reducido nivel de importaciones por parte de muchos actores del sector.
- Concentración de las importaciones en unas pocas empresas de retail.
- Gran influencia de los países cercanos.
- Proteccionismo de la fruta y verdura de cultivo nacional.

No obstante, **está contrastado como los productos de origen Perú y sobre todos algunos como el mango o el aguacate, tienen buena acogida en el mercado** ya que como se ha comentado, aunque entran de forma indirecta, es uno de los orígenes con mayor cuota de mercado para algunos productos.

Pese a las barreras que han complicado la exportación directa a los países de estudio, existen una serie de oportunidades que pasan por dos vías de trabajo. Por un lado, el intentar acceder al importador suizo o austriaco evitando intermediarios y, por otro lado, consolidar la presencia en el país aumentando las ventas de productos peruanos a los intermediarios europeos que exportan a estos dos países. De forma más concreta, desarrollamos a continuación las conclusiones relacionadas con cada uno de los **objetivos específicos del estudio de mercado**:

1. PERFILES DE LOS CONSUMIDORES FRUTA Y VERDURA FRESCA, TENDENCIAS DE CONSUMO Y PERCEPCIÓN EN EL MERCADO DE SUIZA Y AUSTRIA ACERCA DE LOS PRODUCTOS HORTOFRUTÍCOLAS PERUANOS.

Existen factores comunes para ambos países estudiados y otros factores que considerar en especial para alguno de ellos.

- Importancia del consumo de productos orgánicos o ecológicos:

Austria y Suiza se caracterizan por ser dos de los países del mundo donde está más instaurado el consumo de productos de alimentación orgánicos.

Las frutas y verduras orgánicas si bien tienen un volumen de comercialización muy relevante con respecto a otros mercados, no deja de ser un producto orientado a un nicho de mercado menor, comercializándose la mayoría de las frutas y verduras sin esta certificación.

Cabe resaltar como en prácticamente todos los supermercados suizos y austriacos se ofrece una versión con certificación orgánica de la mayoría de su oferta de frutas y verduras, con una presentación y emplazamiento en punto de compra similar al resto de productos frescos. Estos productos además de comercializarse a través de supermercados tradicionales son ofrecidos en supermercados especializados en este tipo de productos.

Mientras que en Austria se suele utilizar la certificación orgánica de la Unión Europea en Suiza es más común disponer del sello de Bio Suisse.

La relevancia de la exportación de productos orgánicos no se deriva solo de la ya relevante cantidad de mercado que ocupa, sino también de su potencial futuro, al ser una tendencia al alza en muchas regiones del mundo en la que se incluyen algunas zonas de Europa central y países del norte del continente.

- Aumento en el consumo de frutas y verduras por cambios en tendencias en la alimentación.

Durante los últimos años ha habido una tendencia global hacia una alimentación saludable, esta tendencia ha provocado que países cuya producción nacional no es suficiente para cubrir la demanda nacional, con niveles bajos de autoabastecimiento, hayan tenido que recurrir a incrementar las importaciones, este es el caso de Suiza y de Austria, países en los que pese a no tener un volumen de población elevado si los comparamos con otros países del entorno, sus bajos niveles de autoabastecimiento los llevan a tener que importar gran parte de la fruta y verdura que comercializan.

En ambos países se ha incrementado durante los últimos años el consumo de frutas y verduras frescas, y se espera que esta tendencia siga en alza, la población de ambos países cada vez está más concienciada con un modo de vida saludable, basado en dos pilares fundamentales, el ejercicio físico y una buena alimentación. En este último pilar coge especial relevancia el consumo de frutas y verduras frescas.

Dentro de estas tendencias en la alimentación resalta el giro producido en las dietas que han pasado a tener una base vegetal, aumentando el número de vegetarianos. Esta tendencia ha aumentado en países como Austria o Alemania y es un hecho todavía más acentuado en Suiza.

- **Aumento del consumo de productos exóticos:**

La tendencia en el aumento de frutas y verduras no solo se ve reflejado en un incremento total del volumen de importaciones, sino que también afecta a un factor muy relevante para las exportaciones peruanas, que es la incorporación y desarrollo comercial de productos menos tradicionales en los países de estudio.

Los considerados como productos exóticos en países como Austria o Suiza son aquellos productos no tradicionales en los cultivos europeos, y pese que en algunos casos se está implementando su cultivo en algunos países europeos como el caso del mango y el aguacate en España, las condiciones climáticas del continente dificultan un aumento de la producción que llegue a cubrir la demanda.

Estos productos han aumentado su presencia en los canales minoristas durante los últimos años como consecuencia de la tendencia al alza en el consumo de frutas y verduras, y con el tiempo están aumentando sus ventas.

El auge de estos productos crea una ventaja competitiva para países como Perú, ya que evita la competencia derivada de la producción local y del resto de importaciones europeas.

- **Proteccionismo sobre la producción nacional:**

En Austria y especialmente en Suiza existe una fuerte tendencia hacia el proteccionismo del producto local, esta teoría se basa sobre todo en la idea de que el aumento de las importaciones de productos sobre todo hortofrutícolas de menor precio desvirtúa el mercado, desfavoreciendo a los agricultores del país.

Este proteccionismo hay que verlo desde una doble perspectiva. Por un lado el proteccionismo institucional derivado de las medidas gubernamentales que ponen barreras a las importaciones de

determinados productos, como son las cuotas de importación suizas que hacen que para poder importar determinados productos sea necesario unas licencias concedidas en función de la producción nacional de dichos productos y, por otro lado, un proteccionismo no institucional derivado del rechazo de los consumidores finales que priman los productos de producción nacional, atribuyéndoles un valor diferencial y evitando la compra de productos de importación mientras exista la posibilidad de comprar frutas y verduras nacionales.

Esta tendencia solo afecta a productos que si son cultivables en el país como es el caso de la cebolla, y en menor medida a productos que si son cultivables en la región, pero con unos muy bajos niveles de autoabastecimiento como el arándano.

- **Desconocimiento del producto peruano:**

Pese que la gastronomía peruana está empezando a conocerse a nivel mundial por su diversidad y calidad, todavía no hay un elevado conocimiento de la marca Perú en países como Austria y Suiza, y si bien, el origen es un aspecto de cierta relevancia a la hora de que el consumidor local se decante por un producto u otro, esto prácticamente solo aplica si el origen es nacional o incluso de otros países europeos.

En general el consumidor final no valora si el producto procede de un país transoceánico u otro, un ejemplo claro puede estar en la compra del mango, a la hora de elegir un mango u otro, el hecho de que proceda de Perú o Colombia no es un hecho significativo, inclinándose el cliente por otros aspectos como la calidad, el calibre o el precio.

2. ESTRUCTURA Y CARACTERÍSTICAS DE LA CADENA DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN PARA LAS FRUTAS Y VERDURAS FRESCAS DEL ESTUDIO, ASÍ COMO LOS ACTORES PARTICIPANTES Y SU POSICIÓN EN LOS MERCADOS

Tanto en Suiza como en Austria la mayoría de fruta y verdura fresca que se distribuye en el país se hace a través de supermercados e hipermercados, con una cuota de mercado mucho menor en pequeños comercios especializados como fruterías o en pequeños mercados de barrio.

El canal detallista en ambos países está muy concentrado en unas pocas cadenas de supermercados, en el caso de Suiza de capital nacional, y en el caso de Austria en menor medida nacional con más relevancia de empresas alemanas. Los principales actores participantes en el mercado de la fruta y verdura fresca son estas grandes empresas de distribución.

Las cadenas de supermercado tienen su propia central de compras de fruta y verdura, convirtiéndolos en los principales importadores nacionales, en el caso de Austria debido al peso de las empresas

internacionales en muchas ocasiones las compras no se gestionan desde el país, por lo que para llegar al importador que introduce los productos en el mercado austriaco habría que llegar al encargado de **la central de compras que puede estar en Alemania u otro país europeo.**

Otros actores de relevancia son los mayoristas nacionales de fruta y verdura, ya que estos no solo importan para aprovisionar a comercios locales, sino que en muchas ocasiones son los mayoristas los que aprovisionan a las cadenas de supermercados con determinados productos.

El canal Horeca también tiene relevancia en el comercio de frutas y verduras, existiendo la figura de importadores encargados de aprovisionar a las empresas de este canal. Las empresas importadoras dedicadas a este canal tienen la particularidad de que suelen procesar el producto, creando platos elaborados o preparándolos para su futura elaboración (Corte, empaquetado etc.) una de las particularidades de este canal es que el importador es más indiferente a aspectos como origen, certificación orgánica o empaquetado, fijándose más en otros como calidad y sobre todo precio.

3. COMPETIDORES EN SUIZA Y AUSTRIA.

La competencia para las empresas productoras y exportadoras de frutas y verduras peruanas se puede ver desde una doble perspectiva, por un lado, los mismos intermediarios europeos donde destacan los alemanes y holandeses, y por otro los otros países de origen de las variedades de frutas y verduras que comercializa Perú.

En el primer caso, la competencia coincide con que además son sus clientes, ya que estos países le compran la fruta y verdura a Perú, son su competencia ya que en muchas ocasiones exportan sus importaciones a los actores del mercado de la fruta y verdura en Suiza y Austria.

En un segundo caso se ha considerado a la competencia de Perú en estos dos mercados, al resto de los países de origen para las variedades de fruta y verdura que ofrecen los exportadores peruanos.

Aquí, en el caso de Suiza, se puede ver que Perú es el principal origen de la palta y el mango, seguido por Chile en el primer producto, y por Brasil en el segundo. Por su parte, observamos que Perú es el principal origen de palta en Austria, seguido al igual que en Suiza, por el origen chileno.

En esta última perspectiva se ha podido identificar como la competencia difiere enormemente según el tipo de fruta y verdura, y aunque ya se ha visto previamente, se va a mencionar cual es el principal origen de las importaciones de cada uno de los productos del estudio para cada país:

Principal origen por producto en Suiza y Austria 2019.

	Suiza	Austria
Espárrago	Italia	España
Jengibre	China	China
Cebolla	Francia	Países Bajos
Mandarina	España	España
Limas y limones	España	España
Arándano	España	España
Banana	Colombia	Ecuador
Palta	Perú	Perú
Mango	Perú	Brasil
Uva	Italia	Italia

Fuente: Elaboración propia a través de datos de las aduanas suizas y austriacas.

La estacionalidad es un aspecto relevante a la hora de analizar la competencia ya que la fruta y verdura fresca son productos perecederos y según la climatología y situación del país de cultivo hay diferentes épocas del año en los que el producto está disponible, este factor afecta a la competencia de diferentes maneras. Si los meses de producción del Perú no coinciden con los de otro país exportador las empresas de dicho país no tienen por qué ser consideradas como competencia al complementarse en la entrada al mercado. Sin embargo, la estacionalidad puede ser una ventaja competitiva en los casos en los que la situación del Perú permita tener una oferta más prolongada en el tiempo que la de otros países de cultivo de un mismo producto.

4. REQUISITOS (ARANCELES, REGULACIONES, CERTIFICACIONES, ENTRE OTROS) QUE DEBEN CUMPLIR LOS PRODUCTOS PRIORIZADOS PARA PODER ACCEDER A LOS MERCADOS DE SUIZA Y AUSTRIA.

Perú viene manteniendo una línea comercial claramente aperturista, la proliferación de acuerdos internacionales suponen una enorme facilitación al comercio en general y con la Unión Europea y países como Suiza en particular.

Los **acuerdos entre Perú y la Unión Europea** han conseguido que haya un arancel 0 para la mayoría de los productos exportados desde Perú, incluyendo los 10 analizados en este estudio. Esto, como se ha visto, implica un arancel 0 a la exportación a Austria.

Las cuotas aduaneras impuestas por el gobierno suizo a los productos del estudio importados desde el Perú son todas nulas, con la excepción de la cebolla.

Suiza mantiene cuotas de importación para productos de cultivo nacional, no obstante, de todos los productos estudiados, estas cuotas solo afectan a la cebolla.

Las frutas y verduras tienen en ambos países un tipo de IVA reducido, del 10% en el caso de Austria y del 2,5% en el caso de Suiza.

En ambos países **se reclama un certificado fitosanitario** para la importación de frutas y verduras, dicho certificado debe reflejar como los productos de exportación no contienen sustancias prohibidas por la normativa europea y suiza previamente mencionada, además de no superar los límites preestablecidos.

5. OPORTUNIDADES DE EXPORTACIÓN PARA FRUTA Y VERDURA FRESCA Y COMPRADORES EN AUSTRIA Y SUIZA (IMPORTADORES, DISTRIBUIDORES, PROCESADORES, MINORISTAS: SUPERMERCADOS, OTROS) PARA LA OFERTA EXPORTADORA PERUANA.

Como se ha comentado con anterioridad Austria y Suiza tienen una característica común y es que en general y sobre todo para frutas y verduras de cultivo no europeo, **la empresa desde la que importan no coincide con la empresa productora**, y esto explica como el Perú es uno de los principales orígenes para las frutas y verduras que pueden encontrarse en los principales puntos de venta de ambos países, destacando en algunos productos como aguacate, mango o arándanos, y sin embargo las exportaciones peruanas a estos países son prácticamente residuales, esto es debido a la intervención de intermediarios, esta situación aunque parte de un nexo común difiere en cierta medida en ambos países de estudio:

- **SUIZA:** Las principales razones por la que no importan de forma directa algunos productos son **el volumen y la conveniencia**. En la mayoría de ocasiones los mayoristas importadores del país son conscientes de que podrían recortar costes saltándose intermediarios e importando directamente del país de origen, no obstante al ser un mercado reducido en muchas ocasiones no importan cantidades suficientes para que les merezca la pena tratar directamente con el productor, esto unido a que los elevados precios de mercado nacional les permiten perder así cierto margen, ganando en otros factores como en la rapidez de aprovisionamiento desde otros mayoristas europeos y la flexibilidad en las cantidades importadas.
- **AUSTRIA:** En Austria existe una situación parecida a la ya comentada en Suiza, con la particularidad de que como ya se ha visto, **los principales importadores son las cadenas de supermercados, y estas en muchas ocasiones tienen su central de compras deslocalizada en otro país**, por lo que, aunque los datos de importación no muestren presencia de importaciones desde el Perú, en realidad sí que están entrando al mercado de forma indirecta.

Estas barreras a la exportación directa no son definitivas o imposibles de superar, ya que el crecimiento de mercado está provocando que cada vez las empresas tengan más capacidad de compra. Además,

como consecuencia de estas habría que saber identificar las cuatro vías de entrada en el mercado, según cliente objetivo:

- Las empresas dedicadas a la comercialización hacia el canal Horeca suponen un nicho que en total mueve un porcentaje importante de las importaciones de frutas y verduras fresca. Las empresas enfocadas a este canal normalmente son también transformadoras. Las empresas objetivo deben ser las más grandes del sector, puesto que la mayoría por volumen no les compensará importar de forma directa.
- Las empresas mayoristas de frutas y verduras austriacos y suizos, estas empresas además de vender a pequeños comercios también abastecen asiduamente a cadenas de supermercado, el problema de estas empresas es que no hay muchas de gran tamaño en los países de estudio. Y que las pequeñas y medianas no mueven grandes cantidades de producto.
- Principales cadenas de supermercado de Suiza y Austria. Estos junto a los grandes mayoristas son los que más volúmenes de importación manejan, por lo que deben de ser el objetivo principal, no obstante, y como ya se ha planteado hay que tener en cuenta que en ocasiones en Austria la gestión de compras se lleva desde el país de origen de la empresa de supermercados.
- Grandes mayoristas europeos. Aunque sería conveniente eliminar intermediarios para entrar en estos dos países, siempre va a haber un alto volumen de fruta y verdura que se introduzcan en el mercado como lo han hecho hasta ahora a través de grandes importadores europeos que hacen de intermediario. El objetivo de la empresa peruana debe ser aumentar sus ventas en la medida en que no puedan hacerlo de forma directa a estos intermediarios y así ganarle cuota de mercado a otros orígenes.

6. POTENCIAL DE LAS FRUTAS Y VERDURAS DEL ESTUDIO EN LOS PAÍSES OBJETIVO.

Las frutas del estudio funcionan de forma diferente en los países objetivo por diferentes razones entre las que se encuentran la producción local, la producción europea o los niveles de consumo nacional:

- **Cebolla:** Las importaciones de cebolla de ambos países no alcanza cifras relevantes y esto es debido a que es un producto cultivable tanto en Suiza como en Austria, con un alto nivel de autoabastecimiento y proteccionismo sobre el cultivo local, recurriendo a las importaciones de forma puntual.
- **Espárrago:** Existe producción nacional de espárragos en ambos países y recurren a las importaciones para cubrir la demanda que no pueden abastecer con lo cultivado en el país, hay meses del año en los que no se comercializan por la falta de producción europea, y esto puede

suponer una oportunidad para los exportadores peruanos. Hay que diferenciar entre Austria y Suiza, teniendo este último un volumen de importaciones tres veces mayor que el primero.

- **Mandarina:** Las importaciones totales de mandarinas (satsumas y tangerinas) no alcanzan los 10 millones de euros ni en Austria ni en Suiza, siendo el mercado además controlado casi en su mayoría por los exportadores españoles.
- **Lima y Limón:** Las importaciones de limones y limas superan los 40 millones de euros en ambos países, y como con el resto de los cítricos el origen que cubre casi la totalidad del mercado es España, no obstante, los limones, aunque con una cuota de importación mucho menor es uno de los considerados productos “exóticos” con poca producción europea creando una oportunidad a países como Brasil, México o Perú.
- **Jengibre:** El jengibre se comercializa en todos los supermercados del país en la sección de fruta y verdura fresca, sin embargo, es un producto que se consume en pequeñas dosis y esto provoca que sea el producto del estudio con un volumen menor de importación en ambos países. Aunque no supongan cifras muy relevantes, este producto supone una oportunidad para Perú por solo tener prácticamente a China como competencia, siendo esta la que tiene mayor cuota de mercado.
- **Mango:** Las importaciones de mango en Suiza y Austria han aumentado de forma exponencial durante los últimos 10 años hasta llegar a ser uno de los productos hortofrutícolas con mayor volumen de importación, la tendencia alcista continua y es uno de los productos en los que existe más presencia del producto peruano en ambos países, aunque cabe destacar como las importaciones de mango en Suiza son casi del doble que en Austria.
- **Aguacate:** El caso del aguacate es similar a la del mango en ambos países, tanto Suiza como Austria han aumentado exponencialmente sus importaciones, y también son considerablemente superiores en Suiza que en Austria. La producción de aguacate en Europa es baja siendo Chile el principal competidor de Perú y manteniéndose España como único competidor europeo.
- **Arándano:** Existe producción nacional de arándanos en Suiza, Austria y en los países de su entorno, no obstante, su consumo está tan generalizado que las importaciones suponen cifras relevantes que ambos países superan los 40 millones de Euros. El arándano peruano tiene una importante oportunidad en estos mercados para complementar la oferta europea.
- **Banana:** La banana es una de las frutas más populares en Suiza y Austria, y esto unido a la escasez de oferta europea, la convierte en la fruta con mayor volumen de importación en ambos países superando los 100 millones de Euros. Esta fruta está muy consolidada en ambos mercados

teniendo Perú como competencia a otros países de su entorno como Colombia o Ecuador con los que deberá competir para ganarles cuota de mercado.

- **Uva:** La uva también es una de las frutas más populares en los supermercados austriacos y suizos, con una evolución en las importaciones desigual con continuos altibajos. La uva a diferencia de la banana se cultiva en más lugares del mundo, por lo que Perú tiene mayor competencia de cara a introducirse en ambos mercados donde además conviene tener en cuenta que existe una fuerte presencia de la uva italiana, siendo esta la más destacada.

7. INFORMACIÓN NECESARIA PARA DETERMINAR UNA ESTRATEGIA COMERCIAL A FIN DE POSICIONAR LA FRUTA Y VERDURA FRESCA PERUANA EN SUIZA Y AUSTRIA.

Para entrar en los dos mercados de estudio es recomendable tener en cuenta una serie de particularidades comunes, que pueden ser de relevancia para los exportadores peruanos a la hora de establecer una estrategia de entrada, aunque dentro del mercado de frutas y verduras frescas existen particularidades que afectan a cada producto y a su vez, pese a la similitud existente entre el mercado suizo y austriaco, también existen pequeñas diferencias entre ambos, hay unos patrones de comportamiento comunes que deben de ser atendidos de cara a la elaboración de un plan estratégico:

- **La mayoría de los importadores de Suiza y Austria acuden con asiduidad a las principales ferias de fruta y verdura de Europa**, destacando la Fruit Logística de Berlín a la que prácticamente todos los mayoristas del sector acuden con regularidad y la Fruit Attraction de Madrid, que, aunque en menor medida, también hay cierta representación de los principales actores del sector de Suiza y Austria. Esto debe de tenerse en cuenta por parte de los exportadores peruanos.
- Aunque la certificación orgánica no es un requisito necesario para entrar al mercado, **el hecho de que un exportador pueda comercializar algunos de sus productos como orgánicos, puede ser una buena estrategia de entrada**, ya que en este tipo de productos hay una menor competencia y una vez abierto el mercado, introducir el resto de los productos de la empresa.
- Una de las principales barreras que se planteaban de cara a entrar al mercado era el poco volumen de importación de las empresas del sector, que las llevaban a preferir importar desde otros mayoristas europeos a los que compran en menor volumen. Una de las soluciones que se plantean es **ofrecerles flexibilidad y facilitarles importaciones de menor volumen**.
- **La certificación Fairtrade puede llegar a ser un valor añadido en países como Austria y sobre todo en Suiza**, donde es algo valorado por el consumidor final, no obstante, cabe resaltar como la certificación Fairtrade es más importante para algunos productos como la banana, el mango o el

aguacate, por estar asociado a producción no europea, siendo menor relevante para productos como la uva, la cebolla o los cítricos.

- **La confianza es una de las características más importantes de cara a que los importadores suizos y austriacos elijan a un nuevo proveedor.** Las empresas importadoras buscan relaciones a largo plazo con las exportadoras basadas en la confianza, por esta razón se hace especialmente crucial que a la hora de entablar relaciones comerciales con estas se cumplan todas las condiciones acordadas en términos de tiempos, calidades y precios.
- Otro aspecto para tener en cuenta es el **desconocimiento de parte de la oferta exportable peruana**, si bien Perú ya se ha hecho un nombre en las exportaciones de algunos productos como los arándanos, aguacates, espárragos o mangos, y los importadores suizos y austriacos saben que pueden buscar estos productos en el país andino, no es así para otros productos como las cebollas o los cítricos.
- Se debe tener en cuenta como durante las entrevistas a las empresas importadoras **se han identificado oportunidades de negocio para la oferta exportadora peruana** materializada en un interés mostrado tanto por empresas que todavía no exportaban desde el Perú, como por otras que ya lo hacían y están dispuestos a ampliar su demanda. Incluso en el caso de las que todavía por capacidad no se ven preparadas para importar directamente, no descartan empezar a hacerlo en un futuro.