2021

Perfil Mercado:

Arándano a Bangkok, Tailandia

ADEX

Ministerio de Relaciones Exteriores

PROGRAMA DE ESPECIALIZACIÓN EN INTELIGENCIA COMERCIAL Y ANÁLISIS DE MERCADOS INTERNACIONALES MRE-ADEX 2020

PERFIL DE MERCADO

ARÁNDANO FRESCO A TAILANDIA

EMBAJADA DEL PERÚ EN EL REINO DE TAILANDIA

MINISTRA S.D.R. CARMEN DEL ROCÍO AZURÍN ARAUJO

MARZO, 2021

Índice

RESUMEN EJECUTIVO 1

CAPÍTULO 1: ANÁLISIS DEL PRODUCTO 3

1.1. Descripción del producto 3

1.2 Partida arancelaria del arándano fresco 6

1.3 Análisis FODA del arándano fresco 8

1.4 Competidores en el mercado local y objetivo 10

CAPÍTULO 2: PANORAMA NACIONAL DEL ARÁNDANO FRESCO 25

2.1 Oferta exportable peruana de arándano fresco 26

2.2 Exportaciones peruanas del arándano fresco al mundo en los últimos 5 años 28

2.3 Diez principales mercados de destino del arándano fresco procedente del Perú, 2016 - 2020 30

2.4 Diez principales empresas peruanas exportadoras de arándano fresco a nivel mundial 2016 - 2020 33

CAPÍTULO 3: PANORAMA INTERNACIONAL DEL ARÁNDANO 37

3.1 Diez principales productores mundiales de arándano 2015-2019. 37

3.2 Diez principales importadores de arándano fresco en el mundo 2016-2020 39

3.3 Diez principales exportadores mundiales de arándano fresco 2016-2020 41

3.4 Diez principales proveedores mundiales de arándano fresco a Tailandia, 2016 – 2020 43

CAPÍTULO 4: TAILANDIA: MERCADO POTENCIAL DEL ARÁNDANO FRESCO 50

4.1 Tendencias generales del mercado y del consumidor tailandés 50

4.2 Acceso al mercado tailandés 56

4.2.1 No existen barreras arancelarias para el ingreso a Tailandia del arándano fresco de origen peruano. 56

4.2.2 Barreras no arancelarias legales / voluntarias a la importación de arándanos frescos 57

4.3 Empaque y etiquetado 64

4.3.1 Tipo de empaque 64

4.3.2 Requisitos de etiquetado y utilización 65

4.4 Canales de comercialización del arándano fresco 67

4.5 Evaluación del precio del arándano fresco en Tailandia 71

4.6 Promoción 73
4.6.1 Directa (Ferias, misiones comerciales, ruedas,etc.) 73
4.6.2 Promoción indirecta (e-commerce, market place) 80

4.7 Clientes potenciales 81

CAPÍTULO 5: CONCLUSIONES 86

CAPÍTULO 6: RECOMENDACIONES 89

BIBLIOGRAFÍA 92

RESUMEN EJECUTIVO

Los avances tecnológicos en agronomía y biogenética han logrado que la planta del *Vaccinium Corymbossum*, que produce la baya conocida como arándano o *blueberry*, originaria de las zonas frías de Norteamérica, pueda ser cultivada en una treintena de países, muchos de ellos en el hemisferio sur.

El arándano es considerado una fruta nutracéutica, es deducir nutricional y con propiedades saludables, debido a las antocianinas, vitaminas y minerales que contiene, lo cual incide en su creciente consumo y demanda a nivel mundial.

En menos de una década, el Perú logró producir una gama de variedades de arándano para la exportación, en más de 14 mil Has., con alto rendimiento. Los huertos están ubicados en distintas regiones, notablemente en La Libertad y Lambayeque, que abarcan 91% de la superficie cosechada y 97% de la producción.

Incentivados por este éxito, más productores se dedican a este cultivo, destinado mayoritariamente para la exportación por lo cual, en el mediano plazo el Perú, podría alcanzar 20 mil Has. cosechadas de esta fruta.

Sustentado en la creciente producción nacional y la amplia ventana contra estacional del grueso de la cosecha (julio – marzo) respecto a otros competidores, el Perú incrementa sostenidamente sus exportaciones. Casi 85% de estas exportaciones van a nuestros mercados tradicionales: EE.UU., Europa y, recientemente, China y otros mercados del Asia.

En la campaña mayo 2019/ febrero 2020, el Perú se convirtió en el primer exportador mundial de arándano fresco, colocando más de 117 mil toneladas del producto por un valor FOB de US$ 760 millones. Asimismo, en 2020, este producto lideró las agroexportaciones no tradicionales peruanas, desplazando a las uvas y aguacates.

La creciente oferta de los países que han ingresado al lucrativo mercado del arándano fresco, ha creado sobreoferta. Si bien hay compradores, los precios del producto han sufrido un deterioro gradual e incluso intentos de proteccionismo en algunos mercados. En una década, el precio promedio ha bajado de picos de US$ 13 hasta US$ 6.

Una de las alternativas es buscar más mercados. Otra es diferenciarse por calidad o certificación de fruta orgánica. Se puede retirar el exceso de oferta como fruta congelada o deshidratada para el mercado de insumos de la industria alimentaria que produce jugos, mermeladas, harinas,

etc. También hay que considerar los canales HORECA y de las industrias de los suplementos nutritivos y la cosmética.

Este trabajo tiene por finalidad evaluar las condiciones del mercado tailandés como importador de arándano fresco. Tailandia no produce comercialmente esta fruta y el último año 2020 importó 504 toneladas de ella, por un valor de US$ US$.5, 896 millones. De éstas, 205 toneladas (41%) procedieron del Perú.

Aplicando las herramientas de datos en cuyo uso ADEX capacitó a un grupo de funcionarios del MRE, en línea con el Mapa de Potencial Exportador del ITC que maneja datos de 2019, habría muy buenas posibilidades de duplicar el valor FOB y el volumen de las exportaciones peruanas de arándano fresco.

Abona en favor de esto la pronosticada recuperación del PBI de Tailandia en la fase post-pandemia, su demografía (70 millones de habitantes), la urbanización (10.5 millones de residentes en Bangkok), el turismo (40 millones de turistas), la mejora del ingreso y de la nutrición en este país. Además, el Perú cuenta con un régimen bilateral de comercio que nos exceptúa de aranceles y las condiciones fitosanitarias y de etiquetado e inocuidad alimentaria son de fácil cumplimiento, dados los altos estándares que ya se aplican a nuestros productos de exportación. Este marco se completa con tendencias favorables del consumo local. Todo ello hace prever que la demanda del arándano fresco en esta plaza continuará aumentando.

Este perfil también propone acciones directas e indirectas que los exportadores del arándano fresco, gremios exportadores, importadores, canales de comercialización local y entidades competentes podrían emprender para promocionar el origen, calidad, versatilidad y propiedades de esta fruta. Entre estas acciones, se considera la participación de exportadores en las ferias THAIFEX ANUGA ASIA y de importadores en Expoalimentaria; reuniones B2B virtuales; misiones comerciales; degustaciones; ofertas en los canales de distribución; y campañas informativas online focalizadas en medios especializados, el *market place* y las redes sociales.

Finalmente, este estudio resume los canales de comercialización disponibles en Tailandia, tanto tradicionales como digitales; y presenta una nómina actual de los principales compradores tailandeses de arándano fresco procedente del Perú y sus datos de contacto.

CAPÍTULO 1: ANÁLISIS DEL PRODUCTO

1.1. Descripción del producto

El arándano es un arbusto de la familia botánica conocida como ***Ericaceae***. La subfamilia ***Vaccinioideae*** comprende la especie ***Vaccinium Corymbosum,*** cuyo fruto es una baya esférica, denominada **arándano azul** o simplemente **arándano**, en español, para distinguirlo del arándano rojo. Mundialmente este fruto es conocido por su denominación en inglés "***blueberry***". En tailandés el nombre del arándano fresco es **บลูเบอร์รี่สด.**

Dependiendo de la variedad, la baya del arándano puede tener 0,7 a 2 cm de diámetro. Su color azul abarca una gama desde el claro hasta el casi negro. Está recubierto de una especie de cera llamada "bloom". Tiene un sabor que va del dulce al agridulce.

Diversos estudios científicos han develado los beneficios nutricionales y efectos del arándano sobre la salud, por eso esta fruta es considerada un superalimento (superfood) o alimento funcional (nutracéutico). Para validar estas propiedades, algunos productores, como el caso de un gremio de Chile, han obtenido la certificación "Heart-Check Food" otorgado por la *American Heart Association*.

Entre los beneficios aceptados de esta baya, resalta su alto aporte de antioxidantes a la sangre humana, su valor como fibra dietética, y la combinación de vitaminas, minerales esenciales y ácidos orgánicos que contiene.

Se conoce que el pigmento azul del arándano denota su alto contenido de hasta 15 antocianinas, un tipo de bioflavonoide con propiedades antioxidantes. Las antocianinas estimulan la producción de citoquinas, que fortalecen las membranas de las células y evitan que sean dañadas por los radicales libres, mejorando la respuesta inmune.

Los bioflavonoides del arándano estimulan las funciones cerebrales, previenen enfermedades de la visión, manchas y envejecimiento prematuro de la piel. Además, el pteroestilbeno presente en esta fruta es eficaz para reducir el colesterol.

Los arándanos mejoran la actividad antibacteriana y anti-inflamatoria del cuerpo, facilitando la prevención y tratamiento de infecciones gástricas y urinarias. Su alto contenido de fibra y bajas calorías los hace una buena fibra dietética para la digestión.

Los taninos del arándano también regulan la digestión, desinflaman la mucosa intestinal y combaten bacterias, hongos y virus en mucosas y piel.

Desde el punto de vista nutricional, estas bayas tienen un alto contenido de vitamina C (ácido ascórbico), que ayuda a absorber el hierro, refuerza el sistema inmunológico, previene los resfríos, fortalece los dientes, huesos y cartílagos; y estimula la cicatrización y formación de colágeno para tener una piel tersa y un cabello saludable.

Los arándanos son una fuente de vitamina K (filoquinona) que ayuda a la coagulación y salud ósea. Aportan manganeso para metabolizar carbohidratos, absorber calcio y regular el azúcar en la sangre. También contienen cobre, mineral importante para producir glóbulos rojos y el buen funcionamiento del sistema sanguíneo, los huesos, los nervios y el sistema inmunológico.

Asimismo, esta fruta contiene calcio, hierro, magnesio, fósforo, potasio, zinc, vitaminas del complejo B, vitamina E y vitamina A.

La forma más efectiva de obtener al máximo los beneficios del arándano es consumirlo en su forma natural, como fruta fresca. Sin embargo, para fines estrictamente medicinales o cosméticos, las propiedades de los arándanos pueden obtenerse de concentrados de esta fruta, en una variedad de preparaciones.

Cuadro No. 1.

Contenido nutricional del arándano fresco

Una taza de arándano fresco (148 g.) contiene:			
Nutrición	**Antioxidantes y flavonoides**	**Vitaminas**	**Minerales**
Proteína 1.10 g **Lípidos totales 0.49 g.** **Colesterol 0 mg.** **Carbohidratos 21.45 g.** **Calorías 80 g.** **Fibra 3.6%** **Agua 84%** **25% de Vitamina C diario**	**Antocianinas** 163 mg. Mirtilina Cianidina Definidina Malvidina Peonidina Petunidida. **Pterostilbeno**	**A** **Complejo B** **E** **K 35.7 g. diario**	**Calcio** **Cobre** **Hierro** **Manganeso** **25% diario** **Fósforo** **Potasio** **Zinc**

Fuente: https://www.blueberrycouncil.org/blueberry-nutrition/ .
https://nutritiondata.self.com/facts/fruits-and-fruit-juices/1851/2
Elaboración propia.

Los arándanos frescos exportados del Perú a Tailandia suelen ser “Grado 1”, “Categoría 1”. El consumidor tailandés prefiere la fruta de tamaño “jumbo” o grande.

La fruta suele embalarse para su transporte en cajas de cartón.

Las cajas de cartón contienen 12 bandejas tipo "clamshell" de plástico PET reciclable, y transparente en las que se vende el producto al consumidor final. Cada "clamshell" contiene 4.4. oz. /125 g. del producto, para facilitar su consumo directo. A veces también se presenta en "bandejas de 250 g.

Las campañas de promoción suelen ofertar las bandejas a precios "2 x 1" ó "3 x 2".

1.2 Partida arancelaria del arándano fresco

En la nomenclatura arancelaria de Perú y Tailandia, la subpartida arancelaria de las frutas se ubica en el Capítulo 8 "Fruta comestible y nueces", partida 0810 "Otras frutas frescas".

La subpartida arancelaria de los arándanos frescos en la nomenclatura arancelaria nacional que administra la SUNAT es **la 0.810.40.00.00**. La descripción arancelaria correspondiente dice: "Arándanos rojos, mirtilos y demás frutos del género vaccinium".

Cuadro No. 2.

Clasificación arancelaria del arándano fresco en el país de origen Perú

Capítulo 8	**Partida 0810**	**Subpartida peruana** 0810.40.00.00
		Descripción arancelaria Arándanos rojos, mirtilos y demás frutos del género vaccinium, frescos

Fuente: SUNAT http://www.aduanet.gob.pe/itarancel/arancelS01Alias, acceso 30.04.2021
Elaboración propia

La partida con la que el arándano fresco ingresa a Tailandia también es la **0810.40.00** *Cranberries, bilberries and other fruits of the genus Vaccinium.*

Cuadro No 3.

Clasificación arancelaria del arándano fresco en el país de destino, Tailandia

<table>
<tr><td rowspan="2">Capítulo 8</td><td rowspan="2">Partida 08.10

Otra fruta fresca</td><td>Subpartida tailandesa

0810.40.00</td></tr>
<tr><td>Descripción arancelaria

Cranberries, bilberries and other fruits of the genus Vaccinium</td></tr>
<tr><td colspan="2">Arancel general</td><td>60% ó 50 Baht /kg. (lo que sea más alto)</td></tr>
<tr><td colspan="2">Arancel NMF</td><td>40% ó 33.5 baht (lo que sea más alto)</td></tr>
<tr><td colspan="2">Arancel preferencial a Perú</td><td>0% bajo el protocolo Perú – Tailandia para acelerar la liberalización el comercio de bienes y la facilitación del comercio, vigente desde el 31.12.2011</td></tr>
</table>

Fuente: Thai customs http://itd.customs.go.th/igtf/en/main_frame.jsp y https://www.macmap.org/en//query/results?reporter=764&partner=604&product=081040&level=6, acceso 30.04.2021.
Elaboración propia

1.3 Análisis FODA del arándano fresco

Cuadro No. 4.

Análisis FODA del arándano fresco (Perú)

	FORTALEZAS -F	**DEBILIDADES - D**
	F1. Desde 2019 el Perú es el primer exportador mundial de arándano fresco. F2. El Perú podría producir arándano todo el año y, en lugar de 6 semanas, el período de concentración de la cosecha es de 16 a 20 semanas. F3. El arándano es un complemento estacional al portafolio de agro-exportación de frutas y hortalizas. F4. La rentabilidad de la exportación del arándano puede ser 50%	D1. La alta productividad y concentración de las exportaciones de arándano fresco en pocos mercados podrían incidir en la baja de precios. D2. Las plantaciones se concentran en la costa y variedades adaptadas a esa región. D3. La lejanía de los mercados asiáticos complica la logística y costos de transporte de esta fruta fresca y delicada a Tailandia. D4. La estacionalidad ventajosa hace perder de vista el marketing del producto en cada mercado objetivo.
OPORTUNIDADES - O	**ESTRATEGIAS – FO**	**ESTRATEGIAS –DO**
O1. Tailandia no produce arándano. O2. El arándano fresco importado de Perú a Tailandia tiene arancel 0% bajo el acuerdo vigente de "cosecha temprana". O3. Tailandia no requiere protocolo sanitario para importar el arándano fresco, sólo certificados de origen y fitosanitario. O4. Post -COVID-19 se acentuará la preferencia del consumidor Thai por productos naturales,	F1O1. Diversificar mercados y ampliar la oferta de arándano fresco en Tailandia. F2O2. Exportar arándano a Tailandia en ventanas estacionales más amplias, puesto que la liberación arancelaria nos hace competitivos en precios. F3O3. Crear portafolios de productos de exportación ad hoc para el mercado tailandés. F4O4. Dedicar parte de las ganancias a promocionar el origen peruano de esa fruta, exaltar su alta calidad y	D1O1. Ampliar contactos con importadores de frutas en Tailandia D2O2. Seleccionar variedades de arándanos con sabor, color, frescura, tamaño y combinación agridulce apreciada por el consumidor tailandés. D3O3. Usar capacidades, procesos, logística y canales de comercialización existentes para otras frutas exportadas a Tailandia, optimizando costos. D4O4. Forjar alianzas con importadores y canales de comercialización para campañas de marketing en Tailandia que

nutricionales y saludables.	propiedades de *superfood* y alimento nutracéutico.	promuevan el consumo del arándano fresco peruano.

AMENAZAS – A	ESTRATEGIAS – FA	ESTRATEGIAS - DA
A1. Riesgo de fenómenos climáticos extremos que podrían alterar la productividad y estacionalidad. A2. La nueva ley de régimen laboral agrario podría encarecer y afectar la disponibilidad de mano de obra fidelizada para el cultivo y cosecha del arándano. A3. Australia, Nueva Zelandia y Chile tienen exención de arancel bajo sus TLCs. Sudáfrica tiene una estacionalidad semejante a la peruana y ha empezado a exportar a Tailandia. A4. Desde 2020 rige la nueva legislación tailandesa sobre agroquímicos prohibidos y regulados en las frutas y hortalizas y el control de los procesos de selección, envase y etiquetado. A5. Al consumidor Thai le preocupa el uso de empaques de plástico.	F1A1. Adaptar diversas variedades y cultivar en diversas regiones climáticas. F2A2. Propugnar regímenes estacionales de trabajo en condiciones equitativas y acceder a programas de incentivos en la fase post-COVID-19 F3A3. Promover la participación de exportadores peruanos de arándano fresco en Thaifex Anuga Asia, explorar el canal HORECA y el de frutas premium para regalo, invitar a importadores tailandeses a Expoalimentaria. Fomentar campañas a través de medios y degustaciones de productos. F4A4A5. Fomentar misiones empresariales y reuniones B2B para que exportadores e importadores mantengan la rentabilidad de sus operaciones coordinando de manera cercana y oportuna los requisitos impuestos por la FDA a las importaciones de frutas y hortalizas y los certificados voluntarios que piden algunos canales.	D1A1. Considerar alternativas de preservación del arándano, como fruta congelada o deshidratada, productos que podrían tener demanda en el canal HORECA de Tailandia y el Sudeste Asiático. D2A2. Integrar cadenas internacionales de valor, por ejemplo las de variedades “club” que cuidan la calidad, acceden a marketing y distribuidores “premium” y aseguran la continuidad del suministro todo el año, tal es el caso de Hortifrut, Driscoll’s y Family Farm. D3A3. Mantener la vía aérea para las exportaciones del arándano a fin de conservar la frescura y “bloom” de la fruta, y diferenciarse por la calidad y buena reputación del producto peruano. D4A4A5. Mantenerse informado sobre las regulaciones del mercado Tailandés y adaptar las condiciones de cultivo, selección y envase del arándano a los requerimientos de la FDA Tailandesa, y usar empaques sostenibles.

Elaboración propia

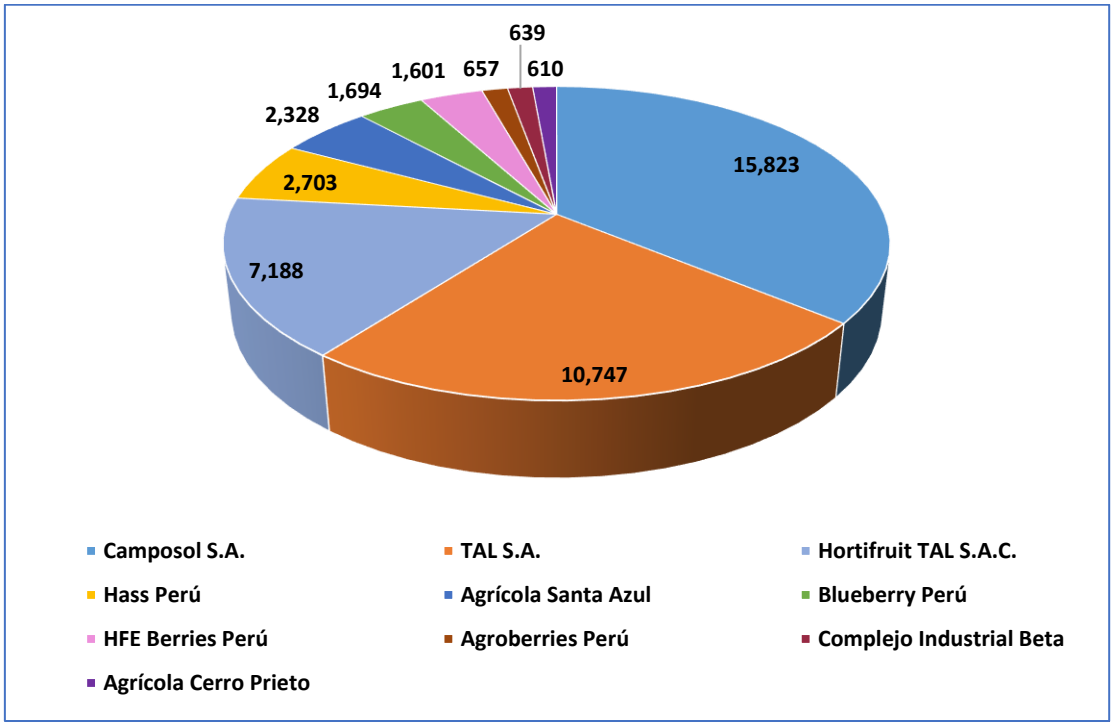
1.4 Competidores en el mercado local y objetivo

La competencia entre productores locales en el Perú no es notable, porque el consumo doméstico no está muy desarrollado, lo que facilita la agremiación de los productores, encadenamientos productivos, la consolidación de cosechas para la exportación y la formación de gremios.

El siguiente gráfico muestra las principales empresas peruanas exportadoras de arándano fresco, en función al volumen del producto el año 2020 solamente.

Gráfico No. 1.

10 principales empresas peruanas exportadoras de arándano fresco al mundo en 2020 por volumen (Peso en Ton.)



Fuente: ADEX DATA TRADE
Elaboración propia

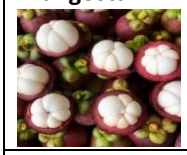
En Tailandia no se produce comercialmente arándano fresco, por lo tanto, el arándano importado del Perú no compite directamente con la producción local.

Si bien se considera que el arándano es la fruta con más actividad antioxidante entre otras 40 frutas y verduras, en el mercado tailandés se podría considerar algunas frutas sustitutas, también apreciadas por su alto contenido de compuestos tales como flavonoides, vitamina C y/o minerales importantes para la salud y nutrición humana. Entre ellas, cabe citar el

mangostán, fruta tropical producida en Tailandia, y frutas importadas como las uvas, cerezas, otras bayas y, en menor medida, fresas.

Cuadro No. 5.

Productos sustitutos disponibles en Tailandia

Imagen	Marca	Precio THB (30 baht =1 US$)	Certificados	Peso
Mangostán 	**(glossy skin)**	**฿ 13**	**Ninguno**	**1 kg.**
Fuente: https://talaadthai.com/en/product/4-45-01-glossy-skin-mangosteen-large-size				
Uva roja	**Happyfresh (red seedless)**	**฿ 303**	**Fitosanitario**	**1 kg.**
Fuente: https://www.happyfresh.co.th/en/gourmet-market-paragon/products/-213536				
Uva negra	**Anthony Black Grape Moon Drop Seedless, EE.UU.**	**฿ 3,970**	**Fitosanitario**	**8 Kg.**
https://shoponline.villamarket.com/0240304-black-grape-moon-drop-seedless				
Cerezas	**Red Cherry Chile**	**฿ 3,810**	**Fitosanitario**	**5 Kg.**
Fuente: **https://cityfreshfruit.com/product/Dole-Cherries-Super-Jumbo/?lang=en**				
Fresas	**Nueva Zelandia**	**฿ 500**	**Fitosanitario**	**454 g.**
Fuente: http://www.336fruitshop.com/product				

Frambuesas	**EE.UU.**	**฿ 150**	**Fitosanitario**	**150 g.**
https://talaadthai.com/en/product/3-20-02-america-raspberry-pack				

Fuentes: Las que se indican.
Elaboración propia

A continuación, se presenta información sobre los productores y marcas de arándanos de origen peruano que se comercializaron a través de canales de importadores, supermercados y a través del market place y fruterías online en Tailandia, entre 2018-2020.

Los precios al consumidor varían según la estación, calibre de la fruta, frescura y sabor. Se suele vender en promoción 2 o más paquetes. Los precios oscilaron entre US$ 2.47 a US$ 8.33 por bandeja de 125g. El promedio de estos precios es US$5.00 por bandeja de 125 g.

Cuadro No. 6.

Arándanos frescos peruanos comercializados en Tailandia en 2018 - 2021

Imagen	Marca	Importador/ distribuidor	Peso total (g)	Precio THB	Precio US$ 125 g.	Certificados	Fuente
	Camposol -	Tesco Lotus	125	฿89	$ 2.97	Fitosanitario	https://www.facebook.com/TescoLotus/photos/a.193889257357983/3094485037298376/?type=3
	Grandezza	BF Kinda fruit ผลไม้ต่างประเทศ	500 (4 bdjs..)	฿ 999	$ 8.33	Fitosanitario	https://en-gb.facebook.com/BFkindafruit/photos/a.2582974895248241/2817051131840615/?type=3&theater

Imagen	Marca	Importador/ distribuidor	Peso total (g)	Precio THB	Precio US$ 125 g.	Certificados	Fuente
	Aranda	Fruitage Premium Fruit	125	฿159	$5.30	Fitosanitario	https://www.facebook.com/fruitagedelivery/photos/a.218790560485812 3/2717366131912065/?_rdc=1&_rdr
	Blueberries (Tal S.A.)	Fruitage Premium Fruit	125	฿119	$3.97	Fitosanitario	https://www.facebook.com/1533013830347307/posts/2775883069393704/
	Dole	ขายผลไม้นำเข้าจากต่างประเทศ และในประเทศ PP Inter Fruit	1500 (12 bdjs.)	฿1200	$3.33	Fitosanitario	https://www.facebook.com/315289285736210/posts/3472858592536579/?_rdc=2&_rdr
	Dole	CityFresh Fruit Delivery ผลไม้ส่งถึงบ้าน ส่งความสดถึงมือคุณ	250 (2 bdjs.)	฿399	$6.65	Fitosanitario	https://www.facebook.com/CityFreshFruit/photos/pcb.3167818679970075/3167813149970628/?type=3&theater
	Family Tree Farms	Villa Market	1500 (12 bdjs.)	฿1800	$5.00	Fitosanitario	https://shoponline.villamarket.com/catalog/product/view/id/40563/s/0240299-blueberry/

Imagen	Marca	Importador/ distribuidor	Peso total (g)	Precio THB	Precio US$ 125 g	Certificados	Fuente
	Family Tree Farms	ขาย สตรอเบอร์รี่เกาหลี สตรอเบอร์รี่ญี่ปุ่น สตรอเบอร์รี่นำเข้า ราคาถูกใจ	125	฿139	$4.63	Fitosanitario	https://web.facebook.com/fruitdeliverly/photos/a.1651155988438592/2463519393868910/
	Family Tree Farms	Many Fruity	125	฿150	$5.00	Fitosanitario	https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=166951841685427&id=114603540253591&_rdc=1&_rdr
	Family Tree Farms	ผลไม้นำเข้าราคากันเอง	1500 (12 bdjs.)	฿1200	$3.33	Fitosanitario	https://www.facebook.com/fruitfully8/photos/pcb.2415978525171364/2415832161852667/?type=3&theater

	Athos	Villla Market	125	฿189	$6.3	Fitosanitario	https://shoponline.villamarket.com/0218190-fg-blueberry-125g-peru
Imagen	**Marca**	**Importador/ distribuidor**	**Peso total (g)**	**Precio THB**	**Precio US$ 125 g**	**Certificados**	**Fuente**
	Greenway	NAD Homemade	1500 (12 bdjs.)	฿890	$2.47	Fitosanitario	https://f.ls/OViTc
	Miss O	Gourmet Market-Terminal 21	125	฿199	$6.63	Fitosanitario	https://en-gb.facebook.com/pg/GourmetMarketThailand/about/?ref=page_internal
	Ozblu	NAD Homemade	1500 (12 bdjs.)	฿1000	$2.78	Fitosanitario	https://f.ls/AYw0q

	Premium blueberries bleuets	BigC	125	฿159	$5.30	Fitosanitario	https://www.bigc.co.th/imported-blueberry.html
Imagen	**Marca**	**Importador/ distribuidor**	**Peso total (g)**	**Precio THB**	**Precio US$ 125 g**	**Certificados**	**Fuente**
	Sunnyridge	Gourmet - Paragon	125	฿199	$6.63	Fitosanitario	https://www.happyfresh.co.th/gourmet-market-paragon/products/-255417
	Camposol	Gourmet Market	125	฿189	$6.30	Fitosanitario	https://www.happyfresh.co.th/gourmet-market-the-mall-bangkae/products/gourmet-market-blueberries-imported-peru-291155/

Fuentes: Las que se indican.
Elaboración propia

Desde 2017, el Perú es el primer proveedor de arándano fresco de Tailandia.

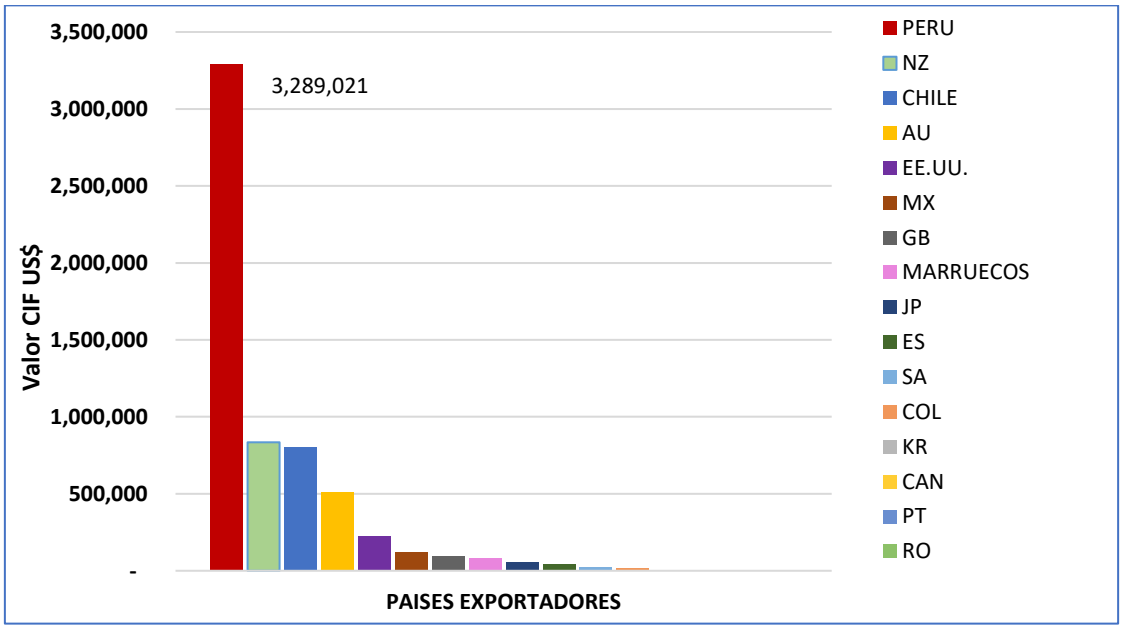
Según registra la Aduana tailandesa, en 2020 el valor CIF del arándano fresco importado al país totalizó US$ CIF 6, 108,123, El Perú, exportó esa fruta a Tailandia por un valor US$ CIF 3, 289,021, que equivale al 53.85% del valor total de las importaciones de este producto en Tailandia. Nueva Zelandia fue el segundo proveedor (13.67%), seguido de Chile (13.19%) y Australia (8.40%). Los cuatro países tienen acuerdos bilaterales de libre comercio con Tailandia.

Otros proveedores como Estados Unidos, México, Reino Unido y Marruecos exportaron menos del 5% del valor total entre todos ellos. La R.P. China, Japón y Corea también tienen acuerdos preferenciales con Tailandia. China no exportó esta fruta en 2020 y los otros dos países, al igual que España, Sudáfrica, Canadá, Portugal y Rumania, cada uno exportó volúmenes pequeños, que no llegan al 2.3% del valor total de las importaciones de arándano fresco a Tailandia.

El siguiente gráfico resume la competencia internacional en el mercado tailandés del arándano fresco.

Gráfico No. 2.

Países competidores que exportaron arándanos frescos a Tailandia en 2020 (valor CIF en US$)



Fuente: Departamento de Aduana de Tailandia, acceso 14.03.2021. http://www.customs.go.th/statistic_report.php?show_search=1&s=cXOZbxeWd8r3ARFH
Elaboración propia.

El siguiente cuadro ilustra la disponibilidad de arándano fresco procedente de los países competidores del Perú en el mercado tailandés, obtenido de canales de venta online.

Los precios del producto fluctuaron entre US$ 2.33 a US$ 9.47 por bandeja de 125 g. El precio más alto fue el de la fruta japonesa, muy apreciada para regalo. El promedio de precios por bandeja de 125 g. para los anuncios encontrados fue de US$ 4.66, ligeramente por debajo del promedio obtenido para los anuncios mostrados en el Cuadro 6. Para el arándano procedente del Perú, que fue de US$ 5.

Cuadro No. 7.

Arándanos frescos procedentes de otros países disponibles en Tailandia en 2018 - 2021.

Imagen	Origen	Marca	Importador/ distribuidor	Peso total (g)	Precio THB	Precio US$ 125 g.	Certificados	Fuente
	Australia	Driscoll's	NAD Homemade	1500 (12 bdjs.)	฿1850	$5.14	Fitosanitario	https://f.ls/SlPN4
	Australia	Eureka	CityFresh Fruit Delivery	250 (2 bdjs.)	฿399	$6.65	Fitosanitario	https://f.ls/jz3xE
	Chile	Driscoll's	Makro	125	฿69	$2.30	Fitosanitario	https://www.makroclick.com/th/products/103133/
	Chile	Dole	Fruitage Premium Fruit	125	฿119	$3.97	Fitosanitario	https://tinyurl.com/556zwmz8
	Chile	Ozblu	CityFresh Fruit Delivery	250 (2 bdjs.)	฿319	$5.32	Fitosanitario	https://f.ls/g04q9

Imagen	Origen	Marca	Importador/ distribuidor	Peso total (g)	Precio THB	Precio US$ 125 g.	Certificados	Fuente
	Chile	Big Bold	ผลไม้นำเข้าจากต่างประเทศ	1500 12 bdjs.	฿1690	$4.69	Fitosanitario	https://f.ls/syudv
	Chile	Ozblu	ฉันชอบผลไม้ผลไม้นำเข้าจากต่างประเทศตามฤดูกาล	1500 (12 bdjs.)	฿1690	4.69	Fitosanitario	https://f.ls/0ccve
	EE.UU.	Driscoll's	336fruitshop	1500 (12 bdjs.)	฿2,090	3.47	Fitosanitario	https://f.ls/IucLU
	EE.UU.	Family Tree Farms	FRESH Fruiteries	1500 (12 bdjs.)	฿1250	4.17	Fitosanitario	https://f.ls/uKOkJ

Imagen	Origen	Marca	Importador/ distribuidor	Peso total (g)	Precio THB	Precio US$ 125 g.	Certificados	Fuente
	EE.UU.	Driscoll's	Berry Fresh	1500	฿1500	$4.17	Fitosanitario	https://f.ls/h9Ics
	EE.UU.	Driscoll's	CityFresh Fruit Delivery	340 (2 bdjs. de 170)	฿549	$6.73	Fitosanitario USDA Organic Global GAP	https://f.ls/b74Uv
	España	Sweet Kiss	CityFresh Fruit Delivery	250 (2 bdjs.)	฿279	$4.65	Fitosanitario	https://f.ls/3HZ5y
	Japón	Sweet Jewelry	ขาย สตรอเบอร์รี่เกาหลี สตรอเบอร์รี่ญี่ปุ่น สตรอเบอร์รี่นำเข้า ราคาถูกใจ	110	฿250	$9.47	Fitosanitario	https://m.facebook.com/fruitdeliverly/posts/2429403817280468

Imagen	Origen	Marca	Importador/ distribuidor	Peso total (g)	Precio THB	Precio US$ 125 g.	Certificados	Fuente
	Marruecos	African Blue	Nature Box	1500 (12 bdjs.)	฿1500	$4.17	Fitosanitario	https://f.ls/n22aA
	Marruecos	Dole	Many Fruity	1500 (12 bdjs.)	฿2000	$5.56	Fitosanitario	https://f.ls/5XTdG
	Marruecos	Royal	City Fresh Fruit Delivery	500 (2 bdjs.)	฿279	$2.33	Fitosanitario	https://m.facebook.com/CityFreshFruit/posts/2899320843486528
	México	Ozblu	Fruitage Premium Fruit	125	฿149	$4.97	Fitosanitario	https://m.facebook.com/1533013830347307/posts/2775883069393704/
	México	Ozblu	City Fresh Fruit Delivery	500 (2 bdjs.)	฿399	$3.33	Fitosanitario	https://f.ls/oUMuA

Imagen	Origen	Marca	Importador/ distribuidor	Peso total (g)	Precio THB	Precio US$ 125 g.	Certificados	Fuente
	Nueva Zelanda	Gourmet Blueberries	Villa Market	125	฿199	$6.63	Fitosanitario	https://shoponline.villamarket.com/catalog/product/view/id/11691/s/0186982-fg-blueberries-125g/
	Sudáfrica	Ozblu	City Fresh Fruit Delivery	400 (2 tubos)	฿519	$5.41	Fitosanitario	https://f.ls/rQ3g1
	Sudáfrica	Ozblu	Madame Fruit	200 (tubo)	฿190	$3.96	Fitosanitario	https://f.ls/TjHp8

Fuentes: Las que se indican
Elaboración propia

CAPÍTULO 2: PANORAMA NACIONAL DEL ARÁNDANO FRESCO

Mapa No. 1.

Zonas donde se ha sembrado o ya se produce arándanos en el Perú

Fuente: https://paintmaps.com/
Elaboración propia

El arándano se empezó a adaptar a las condiciones agrícolas peruanas desde 2004. Ingresaron al Perú más de treinta variedades de plantas de arándano y se aplicaron diversas tecnologías hasta lograr un buen manejo agronómico para su cultivo comercial.

En 2012 el Perú accedió a la Unión Internacional para la Protección de Obtenciones Vegetales (UPOV), lo que facilitó el ingreso de viveros internacionales que trajeron variedades genéticas patentadas y aportaron experiencia. Así se consolidaron variedades apropiadas a las condiciones de cultivo en distintas zonas del país, con el propósito de complementar el portafolio de productos de empresas de agro-exportación.

A partir de esas variedades se realiza la propagación in vitro, con el pago de "royalties". Esto otorga seguridad sobre las condiciones sanitarias de la planta y la calidad del fruto, facilitando la producción homogénea de las variedades preferidas por distintos mercados.

Actualmente dos de las variedades consolidadas en el Perú son las denominadas Biloxi y Ventura, que co-existen con las variedades "club".

Desde 2014 a la fecha, la superficie cultivada y la cosechada, la cantidad producida y el rendimiento de las cosechas empezaron a crecer de manera significativa, impulsando la exportación de esta fruta fresca.

Actualmente, se produce arándano en Ancash, Arequipa, Ica, La Libertad, Lambayeque y Lima. Las plantaciones también se están expandiendo en Huánuco, Junín, Moquegua y Piura, según las estadísticas publicadas en diciembre de 2020 por el SIEA del Ministerio de Agricultura y Riego del Perú (MIDAGRI).

Un proyecto de cooperación realizado con la Unión Europea en 2004 habría identificado otras áreas potenciales para el cultivo del arándano, ya que cuentan con suelos ácidos, con una altura de 1,000 hasta 3,000 msnm, particularmente en la sierra norte peruana.[1]

2.1 Oferta exportable peruana de arándano fresco

Según datos de los anuarios estadísticos publicados por el MIDAGRI y de FAO STAT, el crecimiento de la producción agrícola del arándano en el Perú fue superior a la de cualquier otro producto del rubro. Su rendimiento aumentó simultáneamente y, con ello, la oferta exportable y se generó también un mercado doméstico para esta fruta.

Se puede apreciar la evolución de la cosecha nacional de arándano, su consumo nacional y la oferta exportable de esta fruta en el siguiente cuadro y el gráfico complementario.

Cuadro No. 8.

Panorama nacional del arándano fresco

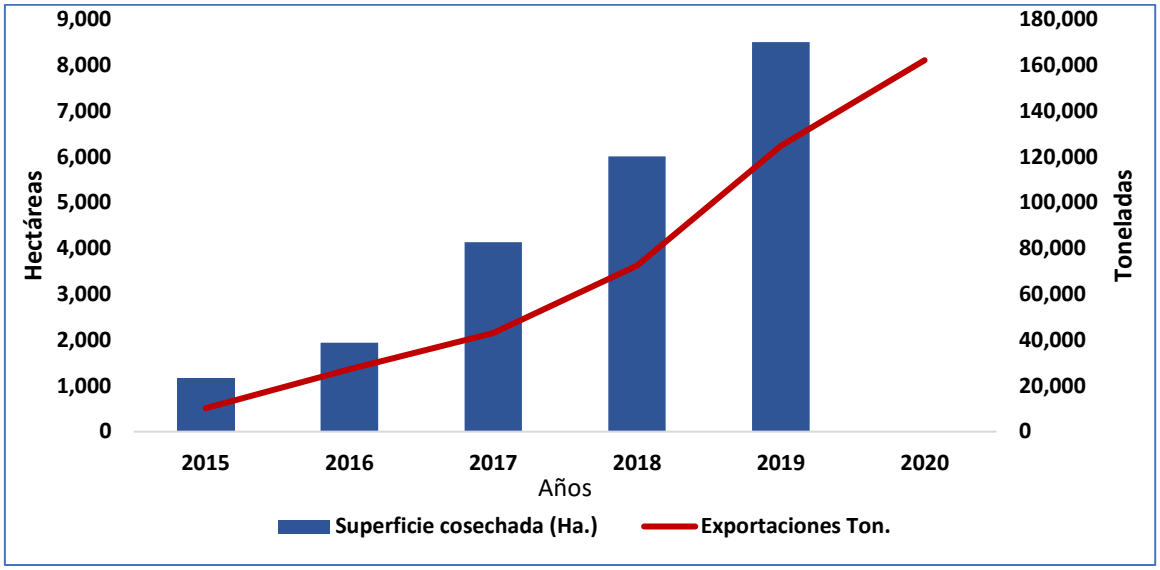
Año	Superficie cosechada (Ha.)	Producción (Ton.)	Rendimiento Ton/Ha.	Exportaciones Ton.	Consumo doméstico (Ton.) *
2015	1,158	10,726	91,408	10,210	375
2016	1,945	28,358	118,139	27,240	1,118
2017	4,134	52,301	126,514	43,039	9,262
2018	6,011	84,803	157,719	72,583	22,222
2019	8,502	147,868	167,522	124,876	22,992
2020 *		180,332		162,210	18,122

* Datos preliminares.
Fuentes: Bases de datos y boletines del SIEA MIDAGRI y FAO STAT
Elaboración propia

[1] https://bibliotecavirtual.minagri.gob.pe/index.php/analisis-economicos/boletines/2016/36-el-arandano-en-el-peru-y-el-mundo/file

Gráfico No. 3.

Crecimiento exponencial de la producción nacional y las exportaciones de arándano fresco entre 2015 – 2019

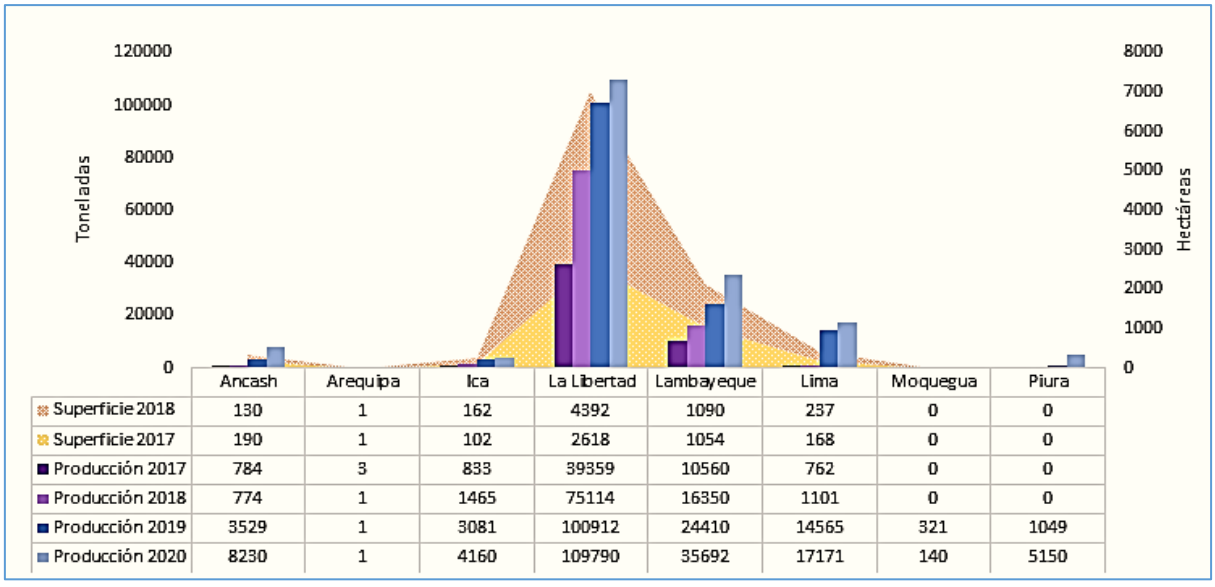


Fuentes: Bases de datos de SIEA Minagri y FAO STAT
Elaboración propia

Como se puede apreciar en el siguiente gráfico, La Libertad y Lambayeque concentran casi 91% de la superficie cosechada y 96% de la producción, en ambas regiones se puede producir arándano todo el año con la más alta rentabilidad (17 Ton/Ha).

Gráfico No. 4.

Superficie cosechada y producción de arándano por región 2017-2020



	Ancash	Arequipa	Ica	La Libertad	Lambayeque	Lima	Moquegua	Piura
Superficie 2018	130	1	162	4392	1090	237	0	0
Superficie 2017	190	1	102	2618	1054	168	0	0
Producción 2017	784	3	833	39359	10560	762	0	0
Producción 2018	774	1	1465	75114	16350	1101	0	0
Producción 2019	3529	1	3081	100912	24410	14565	321	1049
Producción 2020	8230	1	4160	109790	35692	17171	140	5150

Fuente: Anuario Estadístico de la Producción Agrícola, series 2017 y 2018 y Boletín Agro en cifras, diciembre 2020 MIDAGRI.
Elaboración propia

Asimismo, es preciso destacar que, con un buen manejo genético y agronómico y aprovechamiento de los pisos ecológicos de las distintas regiones productoras, los productores peruanos han podido modular la disponibilidad de su oferta exportable a las ventanas contra-estacionales que presenta el mercado internacional de esta fruta.

Cuadro No 9.

Estacionalidad del arándano y ventanas comerciales para el Perú

Mes / País	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
EE.UU.												
Perú												
Sudáfrica												
Chile Australia, Nueva Zelandia, Marruecos												

Fuentes: https://slideplayer.es/slide/11785789/, https://www.slideshare.net/WilliammendozaMendoz/estudio-arandano2016, https://www.blueberrycouncil.org/about-blueberries/blueberry-season/ Entrevista de Rodrigo Pizarro Yañez a Federico Beltrán en https://www.redagricola.com/pe/la-mejor-variedad-para-peru-es-una-ventura-pero-con-mejor-sabor/
Elaboración propia

2.2 Exportaciones peruanas del arándano fresco al mundo en los últimos 5 años

En pocos años, el arándano fresco se ha convertido en uno de los productos estrella en la canasta agroexportadora de productos no tradicionales de nuestro país. En 2015, representaba el 2.23% del valor FOB de las exportaciones de productos agrícolas no tradicionales, y en 2020 contribuye 14.3% del valor FOB de este rubro.

Asimismo, desde 2020, el arándano fresco es el primer producto de agro-exportación no tradicional del Perú, en términos de su valor FOB. Según estadísticas de MIDAGRI, el valor FOB del arándano fresco exportado en 2020 ascendió a US$ 1,003 millones, sobrepasando el valor de las uvas y aguacates, obteniendo hasta el triple del precio de la uva por la misma unidad de peso.

Adicionalmente, entre 2019 -2020, el Perú desplazó a Chile como exportador de arándano fresco al mundo.

Utilizando las herramientas estadísticas de ADEX DATA TRADE se puede ver en los cuadros siguientes cómo ha evolucionado, la exportación de este producto como fruta fresca, en términos de valor, peso y precio.

Cuadro No. 10.

Exportaciones peruanas de arándano fresco al mundo 2016-2020. (Valor FOB, peso neto en Ton. y precio promedio en US$)

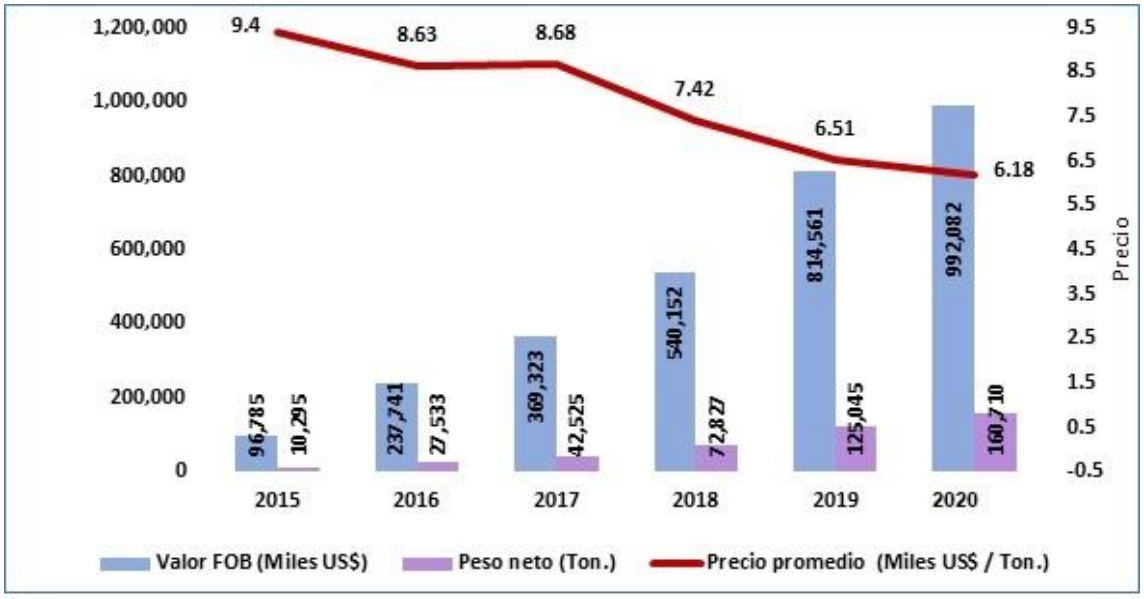
Indicadores	2016	2017	2018	2019	2020
Valor FOB (Miles US$)	237,741	369,323	540,152	814,561	1,003,136
Peso neto (Ton.)	27,533	42,525	72,827	125,045	160,710
Precio promedio (Miles US$ / Ton.)	8.63	8.68	7.42	6.51	6.18

Fuente: ADEX DATA TRADE, acceso 14/03/2021
Elaboración propia

El siguiente gráfico ilustra estos datos, mostrando cómo se ha incrementado el peso y valor FOB de nuestras exportaciones. Pero, a más oferta del arándano fresco en los mercados tradicionales de destino de nuestras agro exportaciones y ante el ingreso de más competidores, el precio ha bajado gradualmente de US$ 9.4 (2016) a US$ 6.18 (2020). Las estadísticas de TRADE MAP en la sección 2.3 incluso sitúan el precio promedio de 2020 en US$ 5.66. Esta tendencia exige que se busque otros mercados potenciales, como la R.P. China, Hong Kong y otros países del Asia y del Sudeste Asiático, entre ellos Tailandia.

Gráfico No. 5.

Evolución de los indicadores de las exportaciones de arándanos del Perú al mundo, 2016- 2020



Fuente: ADEX DATA TRADE
Elaboración propia

2.3 Diez principales mercados de destino del arándano fresco procedente del Perú, 2016 -2020

Según las estadísticas obtenidas de TRADE MAP, presentadas a continuación, entre 2016 y 2020, los 10 principales mercados de destino de las exportaciones de arándano fresco procedente del Perú fueron países de América del Norte y Europa. EE. UU. concentra más del 50% de las exportaciones peruanas de esa fruta. Asia y Medio Oriente han mantenido un crecimiento discreto, excepto la R.P. China, cuyo apetito por la fruta saludable viene creciendo. Tailandia ha incrementado sus importaciones de esta fruta desde el Perú.

Cuadro No. 11.

10 principales mercados destino del arándano fresco peruano 2016-2020 (Valor FOB US$, peso neto Ton. y precio promedio miles US$/Ton.)

Importadores	Valor exportado FOB (miles US$), Peso neto (Ton.) y Precio promedio (miles US$/Ton.)														
	2016			2017			2018			2019			2020		
	Valor	Peso	Precio	Valor	Peso	Precio	Valor	Peso	Precio	Valor	Peso	Precio	Valor	Peso	Precio
Mundo	237,120	27,240	8.70	361,613	43,039	8.40	548,104	72,583	7.55	809,619	122,449	6.61	1,002,975	162,174	6.18
EE.UU.	129,709	14,975	8.66	160,332	19,113	8.39	285,019	38,821	7.34	454,023	69,198	6.56	533,834	86,440	6.18
Países Bajos	54,902	6,634	8.28	97,043	11,334	8.56	121,780	15,253	7.98	182,023	27,507	6.62	256,580	43,406	5.91
China	6	3	2.00	33,867	4,077	8.31	32,789	4,606	7.12	70,469	10,212	6.90	71,452	10,482	6.82
Reino Unido	31,967	3,389	9.43	38,232	4,703	8.13	55,451	7,127	7.78	63,480	9,612	6.60	68,872	10,702	6.44
Hong Kong	4,620	461	10.02	14,132	1,713	8.25	11,337	1,694	6.69	17,729	2,802	6.33	40,791	6,059	6.73
Canadá	5,041	537	9.39	7,558	837	9.03	13,860	1,943	7.13	8,239	1,129	7.30	8,974	1,396	6.43
España	3,250	339	9.59	5,242	581	9.02	21,060	2,268	9.29	7,305	1,073	6.81	7,156	1,143	6.26
Bélgica	186	19	9.79	620	90	6.89	372	59	6.31	995	160	6.22	4138	843	4.91
Singapur	1,670	192	8.70	1,239	171	7.25	707	111	6.37	1,137	171	6.65	2,796	431	6.49
Tailandia	547	63	8.68	905	110	8.23	1,155	150	7.70	1,452	198	7.33	1,973	278	7.10

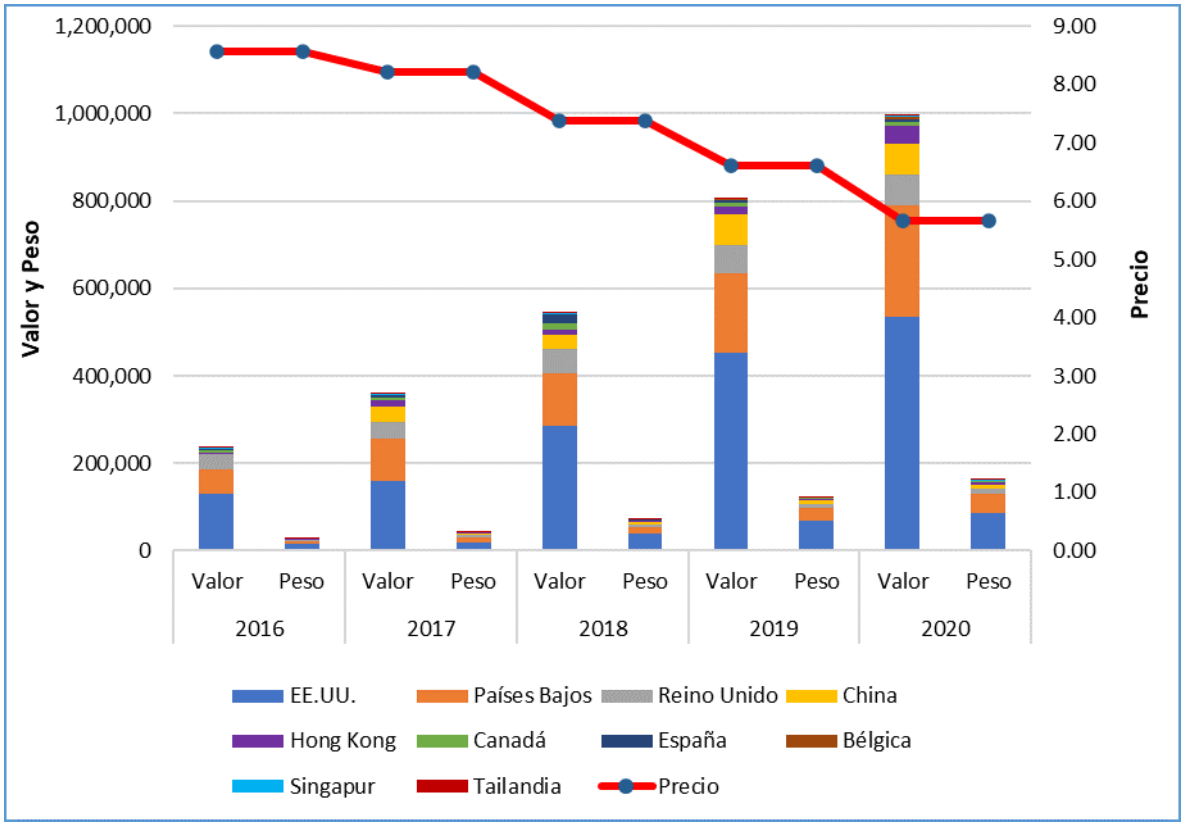
Fuente: TRADE MAP
Elaboración propia

De otro lado, salvo en China que cotizó un valor muy bajo para el ingreso de las primeras exportaciones (posiblemente muestras) y luego lo aumentó, en el quinquenio estudiado, el precio promedio ha bajado en todos los mercados.

En 2020, el precio promedio en estos diez mercados fue US$ 5.66 por tonelada. Los mercados asiáticos fueron los que mejor pagaron el último año, por encima de ese promedio, Tailandia (US$ 7.10), China, Hong Kong y Singapur. Mientras Bélgica es el mercado que menos precio pagó.

Gráfico No. 6.

10 principales mercados de destino del arándano fresco peruano 2016- 2020 (Valor FOB miles US$, peso neto Ton. precio promedio miles US$/Ton.)

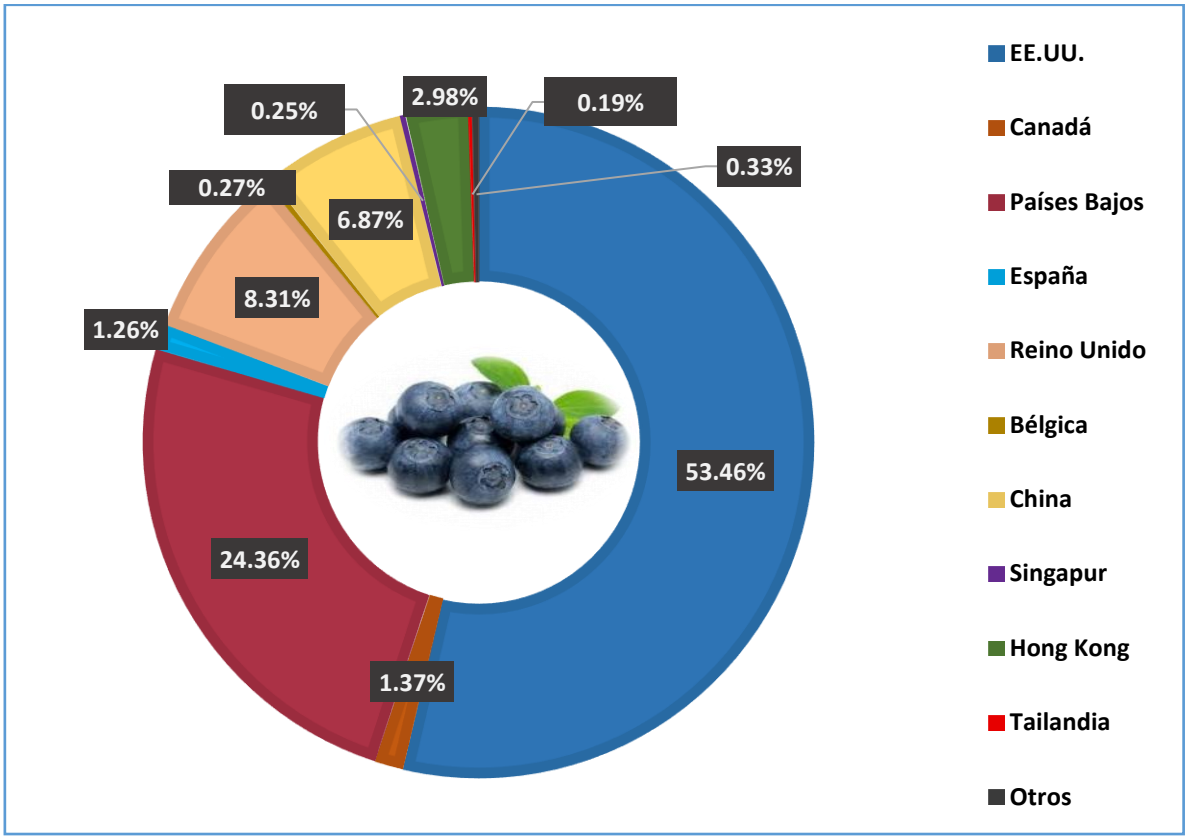


Fuente: TRADE MAP
Elaboración propia.

En el siguiente gráfico se muestra la alta concentración de las exportaciones de arándano fresco en Norte América, es decir Estados Unidos y Canadá, habiendo sido el primer país el destino del 53.46% del volumen exportado en el quinquenio.

Gráfico No. 7.

10 principales mercados de destino del arándano fresco peruano 2016-2020 por volumen (% peso del quinquenio en Ton)



Fuente: TRADE MAP
Elaboración propia

Esa alta concentración en el mercado de EE.UU. ocasionó reclamos por parte de los productores locales, quienes solicitaron a la Comisión de Comercio Internacional de EE.UU. (USITC) la imposición de salvaguardas u otro mecanismo de protección de su mercado.

Un grupo importante de exportadores de arándano fresco de diversos países, en especial los que integran cadenas globales de producción y valor que incluyen empresas de EE.UU., ejercieron su defensa conjunta ante la USITC.

La decisión emitida por la Comisión el 12 de febrero de 2021, desestimó el pedido de los productores locales, por considerar que la estacionalidad de las exportaciones de arándano fresco procedente de terceros países no los afecta y más bien beneficia al consumidor local, quien tiene disponibilidad de esa fruta en la temporada en que no se produce en EE.UU.

En Europa, Países Bajos, Reino Unido, España y Bélgica importan casi 35% de nuestra oferta exportable, sumándose también Francia, estacionalmente.

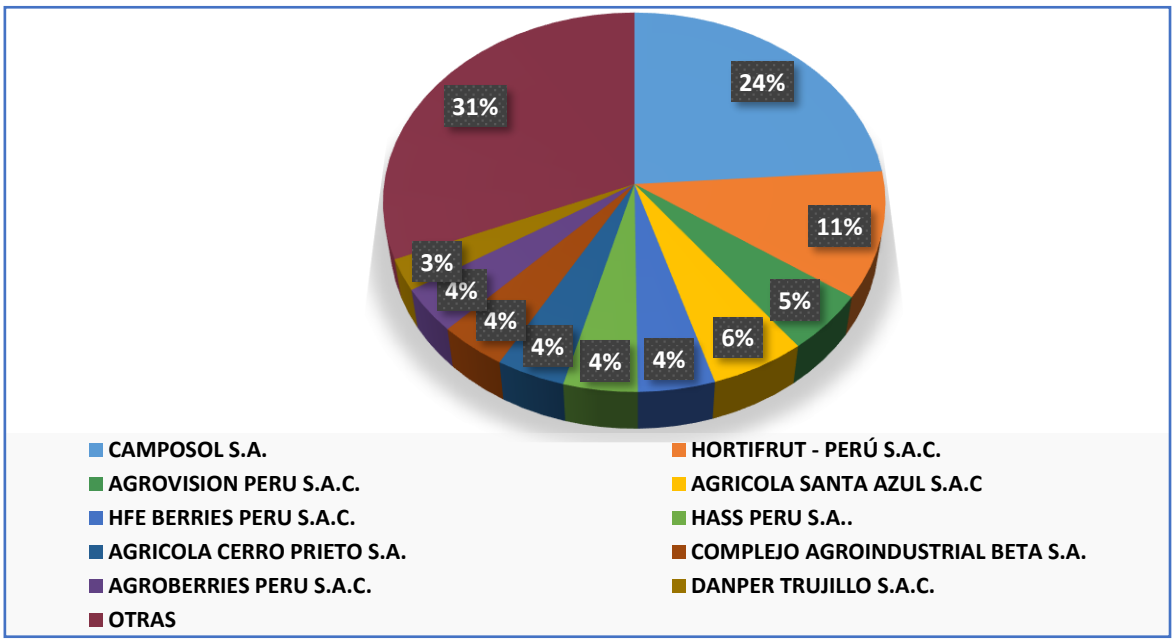
En el Asia, China, Hong Kong, Tailandia, Singapur, así como Malasia y Camboya ya importan arándanos frescos peruanos y son interesantes opciones para diversificar nuestro comercio. Al ser países que no producen esa fruta, en principio, sus mercados son accesibles todo el año.

2.4 Diez principales empresas peruanas exportadoras de arándano fresco a nivel mundial 2016 - 2020

En el siguiente gráfico se presenta las diez principales empresas peruanas exportadoras de arándano fresco, que concentran casi 69% del valor y del peso total exportado de ese producto al mundo. El porcentaje restante (31%) está diseminado entre empresas pequeñas.

Gráfico No. 8.

10 principales empresas peruanas exportadoras de arándano fresco en valor FOB exportado a nivel mundial 2016 – 2020



Fuente: ADEX DATA TRADE
Elaboración propia

Cuadro No. 12.

10 principales empresas peruanas exportadoras de arándanos 2016-2020 (Valor FOB miles US$, peso neto Ton. y precio promedio miles US$/Ton.)

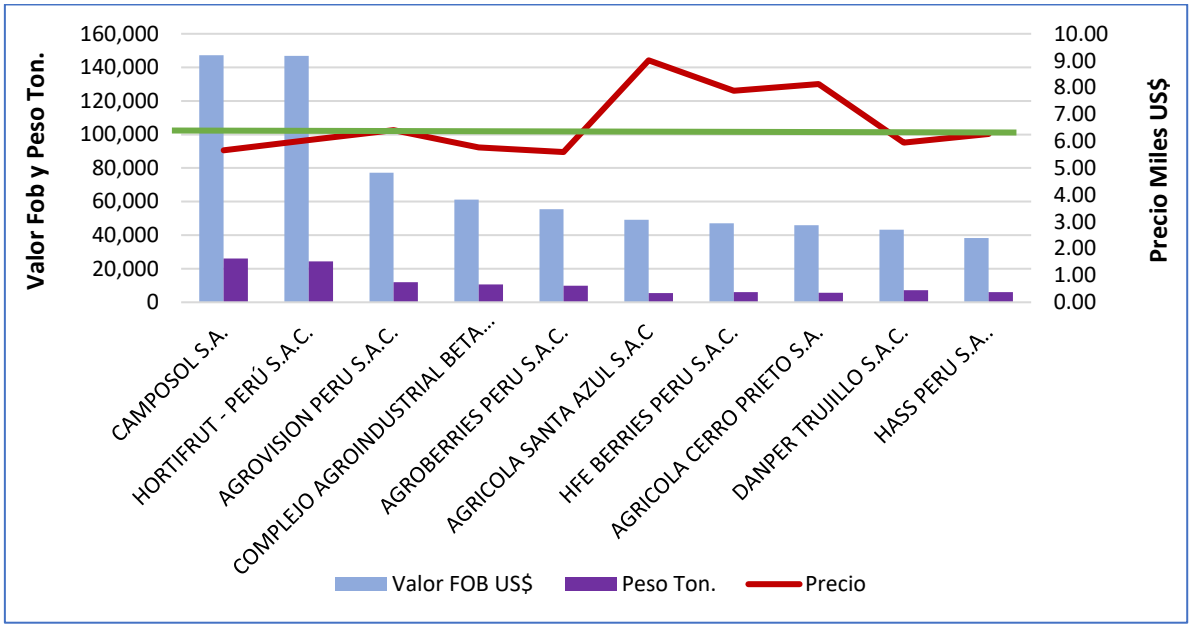
RUC	Razón social	2016			2017			2018			2019			2020		
		Valor	Peso	Precio	Valor	Peso	Precio	Valor	Peso	Precio	Valor	Peso	Precio	Valor	Peso	Precio
	TOTAL	237,741	27,533	8.63	369,323	42,525	8.68	540,152	72,827	7.42	814,561	125,045	6.51	992,082	160,710	6.17
20340584237	CAMPOSOL S.A.	90,539	12,105	7.48	114,859	13,139	8.74	170,350	24,584	6.93	182,590	29,168	6.26	147,296	26,018	5.66
20602822533	HORTIFRUT - PERÚ S.A.C.	0	0	0.00	0	0	0.00	68,735	9,942	6.91	101,687	18,000	5.65	146,778	24,303	6.04
20554556192	AGROVISION PERU S.A.C.	0	0	0.00	4,193	398	10.54	17,406	2,208	7.88	49,681	7,805	6.37	77,191	12,041	6.41
20297939131	COMPLEJO AGROINDUSTRIAL BETA S.A.	1,801	247	7.29	6,083	763	7.97	11,992	1,390	8.63	37,252	5,222	7.13	61,097	10,587	5.77
20600807685	AGROBERRIES PERU S.A.C.	0	0	0.00	5,131	649	7.91	19,921	2,441	8.16	31,347	4,723	6.64	55,439	9,907	5.60
20555837659	AGRICOLA SANTA AZUL S.A.C	9,458	990	9.55	24,784	2,329	10.64	29,923	3,556	8.41	52,361	6,183	8.47	49,225	5,462	9.01
20600529481	HFE BERRIES PERU S.A.C.	0	0	0.00	11,197	1,258	8.90	31,283	3,481	8.99	44,373	6,166	7.20	47,001	5,963	7.88
20461642706	AGRICOLA CERRO PRIETO S.A.	1,939	204	9.50	7,372	517	14.26	20,341	1,559	13.05	44,583	4,630	9.63	45,929	5,653	8.12
20170040938	DANPER TRUJILLO S.A.C.	611	74	8.26	1,080	118	9.15	10,896	1,320	8.25	23,338	3,304	7.06	43,170	7,258	5.95
20481121968	HASS PERU S.A..	7,537	904	8.34	21,962	2,458	8.93	24,204	2,755	8.79	36,737	5,474	6.71	38,235	6,102	6.27

Fuente: ADEX DATA TRADE
Elaboración propia

A continuación, se ilustra el desempeño exportador de las citadas diez empresas en el año 2020. Se observa que los precios obtenidos por cinco de las empresas se acercan al promedio de precios del total de la producción de arándanos exportada por el Perú en 2020 (US$ 6.17), señalada con la línea verde, mientras que tres empresas medianas obtuvieron mejores precios de venta.

Gráfico No 8.

10 Principales empresas peruanas exportadoras de arándano fresco, 2020 (Valor FOB miles US$, peso neto Ton. y precio promedio miles US$/Ton.)



Fuente: ADEX DATA TRADE
Elaboración propia

Analizando a las principales empresas exportadoras según datos de sus páginas web, se observa que predominan productoras, que son también empacadoras y exportadoras, de tamaño grande y mediano. Llevan operando diez a treinta años en el rubro de agro-exportación no tradicional. Ofrecen un portafolio de frutas, principalmente uvas, mangos, aguacate, banana, cítricos, arándanos. En algunos casos esos portafolios incluyen hortalizas, como el espárrago, pimientos y alcachofas.

También hay empresas pequeñas, de constitución más reciente, algunas de las cuales están concentradas específicamente en el arándano y otras complementan su producción con fruta acopiada. A veces trabajan con personal temporal y requieren acceso a sistemas de irrigación.

Las más consolidadas, como Danper Trujillo SAC, Hortifrut – Peru SAC, y Camposol tienen inversionistas extranjeros. Abarcan miles de hectáreas producidas en diversas regiones del Perú

y más de un socio productor en América Latina, formando parte de cadenas globales de siembra, producción y comercialización. Proveen fruta y hortalizas a los principales mercados mundiales en Norteamérica, Europa y Asia.

Todas son empresas que han abrazado el concepto "Super Foods". La mayoría tiene certificaciones importantes de calidad y muchas han asumido compromisos éticos, ambientales, comunitarios y sociales.

Todas ellas en alguna medida comercian internacionalmente haciendo uso del sistema de "draw back" o reembolso de derechos arancelarios y gozaban de un régimen de promoción bajo la Ley de Promoción Agraria y el Decreto de Urgencia No. 043-2019, derogados en diciembre 2020.

A fines de ese mes, el Congreso aprobó un nuevo régimen laboral agrario que podría afectar la competitividad del sector y el clima laboral y social en el que venían operando estas empresas.

Asimismo, la reducción de la disponibilidad de trabajadores temporales debido a la pandemia COVID-19, la suspensión y/o encarecimiento de la logística del transporte internacional, las protestas y el bloqueo de carreteras por parte de trabajadores agrícolas en días previos a la dación de la antes citada ley, interfirieron con el proceso de cosecha, acopio, selección, empacado y transporte, afectando las operaciones de exportación final del producto a lo largo del año 2020.

CAPÍTULO 3: PANORAMA INTERNACIONAL DEL ARÁNDANO

Mapa No 2.

Principales países productores de arándano en el mundo

Fuente: https://newswire.caes.uga.edu/story.html?storyid=7826&story=Worldwide-Berries

El arándano es una planta originaria de las regiones frías de Norteamérica, donde están los más importantes productores de arándanos silvestres y cultivados, como Estados Unidos y Canadá. La tecnología y la adaptación de plantas en viveros ayudaron a que su cultivo se extienda a otras regiones. Como se muestra en el mapa anterior, hoy el arándano se cultiva comercialmente en una treintena de países del hemisferio sur, incluyendo al Perú. Tailandia no es productor de esta fruta.

3.1 Diez principales productores mundiales de arándano 2015-2019.

Según la FAO, entre 2015 - 2019 la producción mundial de arándano fresco se incrementó exponencialmente, de 540,122 Ton. a 3,261,944 Ton.[2] Según estos datos, EE. UU. y Canadá producen casi el 70% del arándano a nivel mundial y el Perú cerca del 10%.

En la campaña 2019 / 2020, el Perú desplazó a Chile como tercer productor mundial de esta fruta, debido al éxito obtenido en adaptar diversas variedades genéticas del arbusto a las condiciones ecológicas de las zonas productoras, la alta productividad de las plantaciones y las buenas condiciones climatológicas en ese período.

[2] Aunque en esas cifras no está considerada la producción chilena.

En el siguiente cuadro y el gráfico complementario, se aprecia cómo están posicionados los 10 principales productores de arándano fresco del mundo.

Cuadro No. 13.

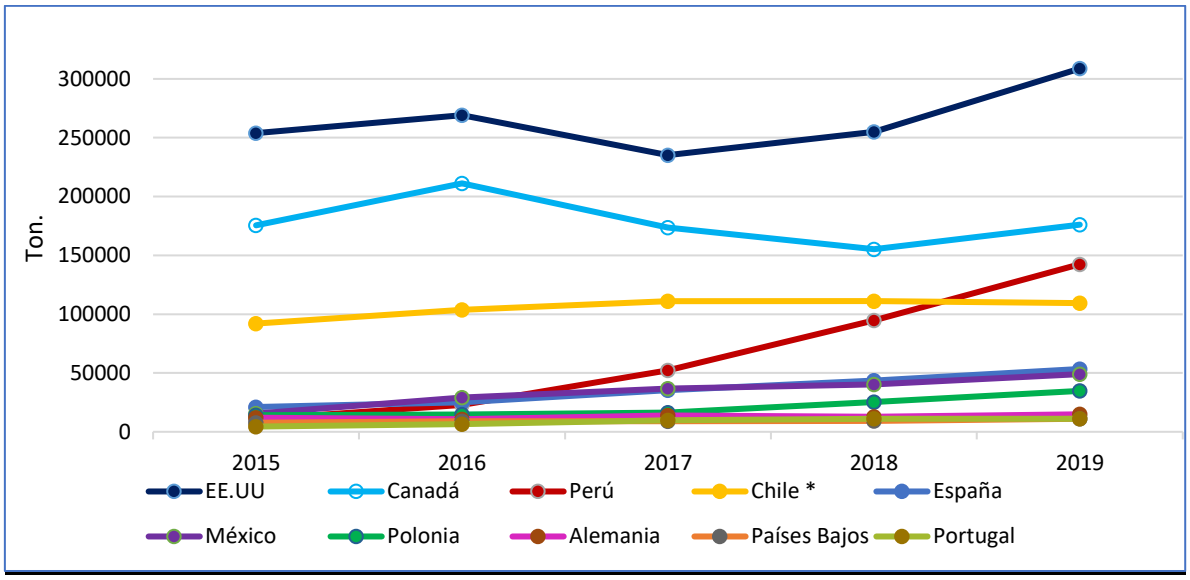
10 principales productores mundiales de arándano fresco en el mundo 2015-2019, según peso (Ton.)

Productores	2015	2016	2017	2018	2019
EE.UU	254,012	269,257	235,210	255,050	308,760
Canadá	175,549	211,191	173,641	155,229	176,127
Perú	10,585	22,978	52,301	94,805	142,427
Chile [3]	92,000	103,702	111,000	111,115	109,476
España	21,060	24,945	35,355	43,520	53,380
México	15,489	29,067	36,700	40,251	48,999
Polonia	14,112	14,721	16,343	25,300	34,770
Alemania	11,945	10,710	13,805	12,760	14,850
Países Bajos	7,751	9,081	8,935	9,300	11,060
Portugal	4,436	6,572	9,840	11,060	11,060

Fuente: FAO STAT, IBO y SIMFRUIT
Elaboración propia

Gráfico No. 9

Desempeño de los 10 productores mundiales de arándano fresco en el mundo 2015-2019 (Peso Ton.)



Fuente: FAO STAT, IBO y SIMFRUIT
Elaboración propia

[3] FAO STAT no registra la producción de arándano fresco en Chile. Se ha suplido ese vacío con información obtenida de otras fuentes https://report.internationalblueberry.org/production y https://www.simfruit.cl/

3.2 Diez principales importadores de arándano fresco en el mundo 2016-2020

Según TRADE MAP, el siguiente es el ranking de los principales mercados que importan arándano fresco en el mundo. Están los tradicionales mercados de las agro-exportaciones peruanas en Norteamérica y Europa y dos mercados nuevos en Asia: China y Hong Kong. Tailandia ocupa el puesto 38 entre estos importadores, en función al valor importado de esta fruta, que en 2020 fue de US$.5, 896 millones, aunque su participación como importador en el mercado mundial de esta fruta es aún baja (0.1%)

Cuadro No.14

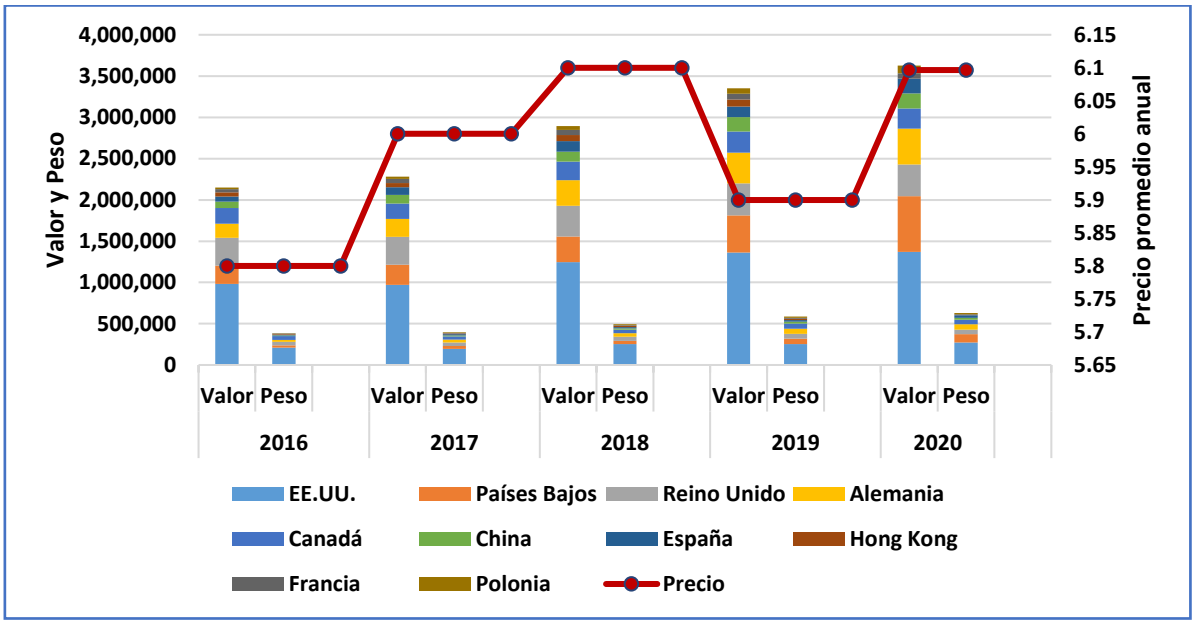
10 principales importadores de arándano fresco 2016-2020 (Valor CIF miles US$, peso neto Ton. y precio promedio miles US$/Ton.)

Importadores	2016			2017			2018			2019			2020		
	Valor	Peso	Precio	Valor	Peso	Precio	Valor	Peso	Precio	Valor	Peso	Precio	Valor	Peso	Precio
EE.UU.	982,893	211,741	4.6	969,199	194,074	5	1,247,218	252,127	4.9	1,362,161	252,332	5.4	1,371,286	272,602	5.0
Países Bajos	220,772	26,958	8.2	246,398	34,935	7.1	310,312	41,764	7.4	448,658	68,612	6.5	674,727	100,635	6.7
Reino Unido	338,568	42,984	7.9	337,787	44,757	7.5	373,022	48,366	7.7	390,971	56,528	6.9	383,201	55,554	6.9
Alemania	168,091	22,533	7.5	215,245	32,103	6.7	309,874	42,555	7.3	370,390	61,700	6	432,997	64,158	6.7
Canadá	189,485	44,903	4.2	186,861	41,122	4.5	221,459	42,763	5.2	254,801	62,665	4.1	245,242	53,627	4.6
China	78,425	8,734	9	103,381	12,217	8.5	122,024	15,372	7.9	175,398	22,045	8	184,212	25,149	7.3
España	62,503	9,207	6.8	93,900	13,860	6.8	128,098	17,496	7.3	127,587	21,046	6.1	174,912	32,517	5.4
Hong Kong	49,746	7,230	6.9	50,664	8,359	6.1	73,199	13,090	5.6	86,112	15,417	5.6	*	*	*
Francia	40,642	7,178	5.7	50,484	9,104	5.5	62,131	10,108	6.1	68,681	12,888	5.3	66,841	11,701	5.7
Polonia	19,289	4,453	4.3	28,548	5,876	4.9	45,055	8,455	5.3	66,924	11988	5.6	92,200	14,190	6.5
Total mundial	2,544,450	437,848	5.8	2,738,413	454,501	6	3,423,832	560,530	6	3,944,032	667916	5.9	*	*	6.1

*Faltan datos de 2020
Fuente: TRADE MAP
Elaboración propia

Gráfico No. 10.

Desempeño de los 10 principales importadores de arándano fresco en el mundo 2016-2020 (Valor CIF miles US$, peso neto Ton. y precio mundial promedio del quinquenio en miles US$/Ton.)



Fuente: TRADE MAP
Elaboración propia

El análisis de los datos disponibles del quinquenio muestra que Norte América tiene una alta participación como importador del arándano fresco, con una alta demanda de Estados Unidos (36.5%) y Canadá (7.5%), importantes consumidores tradicionales de este producto en sus variedades silvestres y cultivadas. Sigue Europa, que demanda 39.01% de las exportaciones mundiales del arándano fresco.

Esas dos regiones, producen y exportan arándanos y los consumen de modo directo e industrial. Se abastecen de producción externa en contra-estación.

El Asia, con la R.P. China y Hong Kong, concentran de momento cerca del 5.67% de la demanda. El primer país ya produce arándanos en ciertas regiones, pero no lo hace en cantidades suficientes para abastecer su demanda interna que va en aumento. Japón y Corea producen para consumo interno e importan y exportan pequeñas cantidades de fruta con calidad premium. En la cultura de los países del Asia, esta fruta, con gran calibre y color, frescura y buena cosmética, cuidadosamente empacada, suele ser apreciada como regalo.

En el Sudeste del Asia, Tailandia, Malasia, Singapur y Vietnam ya se cuentan entre los mercados de destino del arándano y tienen potencial para incrementar su demanda, debido a las

tendencias de consumo prevalentes, al turismo y al nivel de ingresos de sus clases medias y altas en centros urbanos.

La pandemia COVID-19 ha ralentizado el proceso de profundización de estos mercados pero podrían retomarse las tareas de promoción por modalidades virtuales y online y tal vez con actividades presenciales en los países que la controlen de manera más eficiente.

3.3 Diez principales exportadores mundiales de arándano fresco 2016-2020

Considerando los datos disponibles del último quinquenio que se exponen en el siguiente cuadro, el Perú se reveló como el primer exportador de arándano fresco del mundo en valor FOB, en la campaña 2019 /2020.

Pero, además de Chile, que viene apostando a diferenciarse por calidad, el Perú enfrenta la competencia de productores de reciente data, algunos mejor localizados desde el punto de vista logístico, como los casos de México y España respecto a los mercados de EE.UU. y Europa.

Asimismo, nuevos productores del hemisferio sur han iniciado su participación en el mercado mundial del arándano fresco.

Si consideramos los datos disponibles para el quinquenio 2016-2020 que se muestran en el siguiente cuadro, los exportadores de esa fruta en Norteamérica, incluyendo México, totalizan 20.74% del valor de las exportaciones, frente a 50.59% exportado desde Sudamérica por Chile (23.93%) y el Perú (26.66%).

Los exportadores europeos abarcan 36.33% del valor exportado y dos países africanos el [4]% del valor de los arándanos exportados al mundo. Otros países de Europa Central y del Este, Asia Central y Oceanía también exportan cantidades menores de arándano fresco.

Al haber mayor oferta de esta baya a nivel mundial, como muestran los mayores volúmenes exportados, y a medida que se van consolidando algunos mercados, la sobre-oferta del producto puede afectar el precio.

[4] Aunque falta conocer el valor exportado por México en 2020.

Cuadro No. 15.

10 principales exportadores mundiales de arándano fresco, 2016-2020 Valor FOB en miles US$, Peso Neto (Ton), Precio (Miles US$/Ton.)

Exportadores	2016			2017			2018			2019			2020		
	Valor	Peso	Precio	Valor	Peso	Precio	Valor	Peso	Precio	Valor	Peso	Precio	Valor	Peso	Precio
Perú	237,120	27,240	8.7	361,613	43,039	8.4	548,104	72,583	7.6	809,619	122,449	6.6	1,002,975	162,174	6.18
Chile	571,676	140,577	4.1	407,415	109,329	3.7	579,673	141,303	4.1	571,198	138,372	4.1	526,875	129,879	4.06
Países Bajos	214,077	23,363	9.2	252,468	27,324	9.2	328,681	36,737	8.9	408,727	55,040	7.4	628,218	85,649	7.33
España	288,217	36,505	7.9	308,831	46,579	6.6	389,857	58,772	6.6	377,942	68,479	5.5	416,909	66,124	6.30
EE.UU.	191,161	45,561	4.2	189,844	39,212	4.8	211,530	36,110	5.9	252,072	56,899	4.4	248,554	49,143	5.06
Marruecos	71,737	11,199	6.4	99,503	15,561	6.4	125,876	18,234	6.9	182,105	25,229	7.2	205,749	33,508	6.14
Canadá	165,223	100,808	1.6	161,961	82,789	2	183,212	105,258	1.7	156,213	75,932	2.1	135,680	81,091	1.67
México	65,140	8,380	7.8	83,787	13,930	6	103,506	19,206	5.4	154,269	28,703	5.4	*	*	*
Polonia	57,063	9,370	6.1	81,752	12,854	6.4	94,757	13,926	6.8	107,990	18,568	5.8	128,387	20,016	6.41
Sudáfrica	25,074	2,569	9.8	49,992	4,622	10.8	80,409	8,083	9.9	106,486	13,064	8.2	127,322	18,072	7.05
Mundo	2,226,005	464821	4.8	2,334,195	452757	5.2	3,017,952	574911	5.2	3,523,029	672,050	5.2			5.58

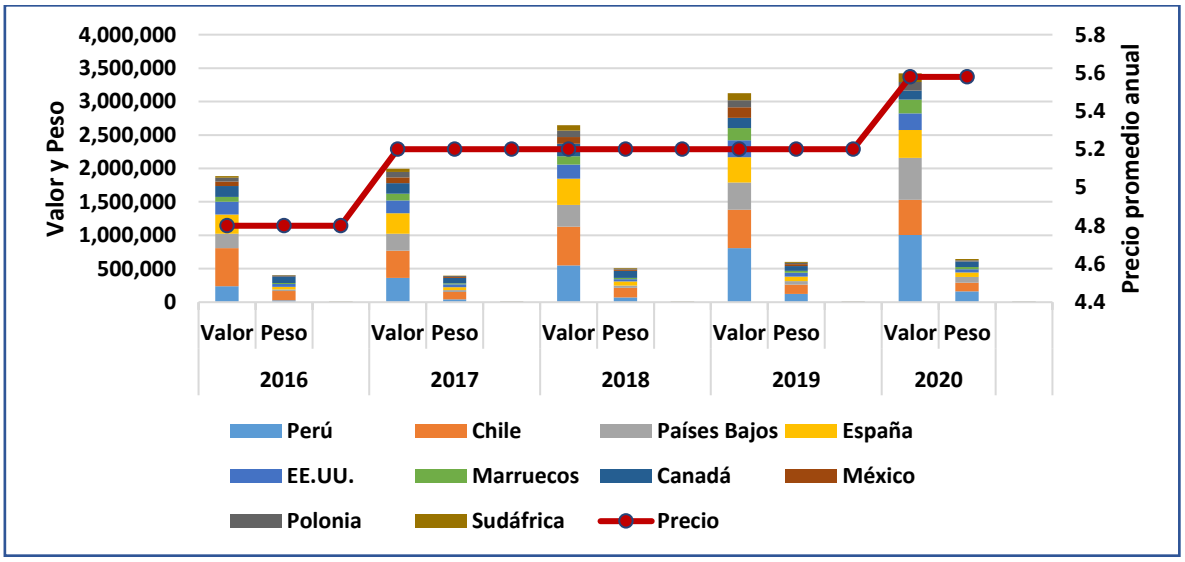
*Faltan datos de 2020
Fuente: TRADE MAP
Elaboración propia

En el siguiente gráfico se ve la progresión del crecimiento del valor FOB generado por los 10 principales exportadores mundiales del producto, así como del peso exportado. También se aprecia que países del hemisferio sur, que tienen ciclos contra-estacionales semejantes al peruano, se sumaron al ranking de exportadores.

En 2020, se muestra un ligero incremento en los precios para 9 de los principales exportadores, lo cual podría ser efecto de la mejor calidad y frescura de la fruta ofrecida, la diferenciación lograda con certificación orgánica y la tendencia a consumir alimentos nutracéuticos durante la pandemia COVID-19.

Gráfico No. 11.

Desempeño de los 10 principales exportadores de arándano fresco en el mundo 2016-2020 (Valor FOB miles US$, peso neto Ton. y precio mundial promedio del quinquenio en miles US$/Ton.)



Fuente TRADE MAP
Elaboración propia

3.4 Diez principales proveedores mundiales de arándano fresco a Tailandia, 2016 – 2020

Los medios y redes sociales en Tailandia informan ocasionalmente que algunos pioneros están cultivando arándanos en huertos y jardines familiares, pero aún no existen cultivos comerciales de esta baya en Tailandia. Al indagar por la producción local, el Ministerio de Agricultura y Cooperativas confirmó que no considera esta fruta en su registro de cosechas anuales relevantes.

Tailandia tiene casi 70 millones de habitantes y ha experimentado un rápido desarrollo en los últimos 40 años, con el consiguiente incremento del ingreso y el aumentado del consumo de alimentos, los que son un rubro de gasto importante de las familias. La cultura mayoritariamente

budista de este país propicia una dieta con alto contenido vegetal, sobre todo cereales, hortalizas y frutas.

Asimismo, el país debe proveer alimentos suficientes para los turistas que visitan Tailandia anualmente, los que bordearon los 40 millones en 2019. Los arándanos son consumidos por ese segmento, como fruta, jugos o ingrediente de productos alimenticios considerados saludables.

Hoy en día, en Tailandia se puede encontrar arándanos de diferente procedencia, tanto del hemisferio norte como sur, a lo largo de todo el año, en distintos canales de distribución y ventas de alimentos, sobre todo en las principales ciudades turísticas del país.

Actualmente, el Perú lidera la lista de proveedores de arándano fresco de Tailandia, a donde empezó a exportar esta fruta a partir de 2014. Si se suma el valor total de esta fruta importada a Tailandia entre 2016 y 2020, las exportaciones peruanas de arándano fresco participaron del 45.85% del mercado tailandés de esa baya, seguido de Nueva Zelandia (13.58%), Australia (12.66%), Chile (10.65%) y EE. UU. (10.06%).

En el siguiente cuadro se aprecia cómo se ha multiplicado exponencialmente el valor y el volumen de esa exportación en el último quinquenio, obteniendo precios superiores al promedio alcanzado en otros mercados. Aunque, como sucede en otros países, los precios de exportación de este producto también bajaron en esta plaza.

Cuadro No. 16.

10 principales proveedores de arándano fresco a Tailandia durante 2016 -2020. Valor CIF (Miles US$, Peso Neto (Ton), Precio (Miles US$/Ton.)

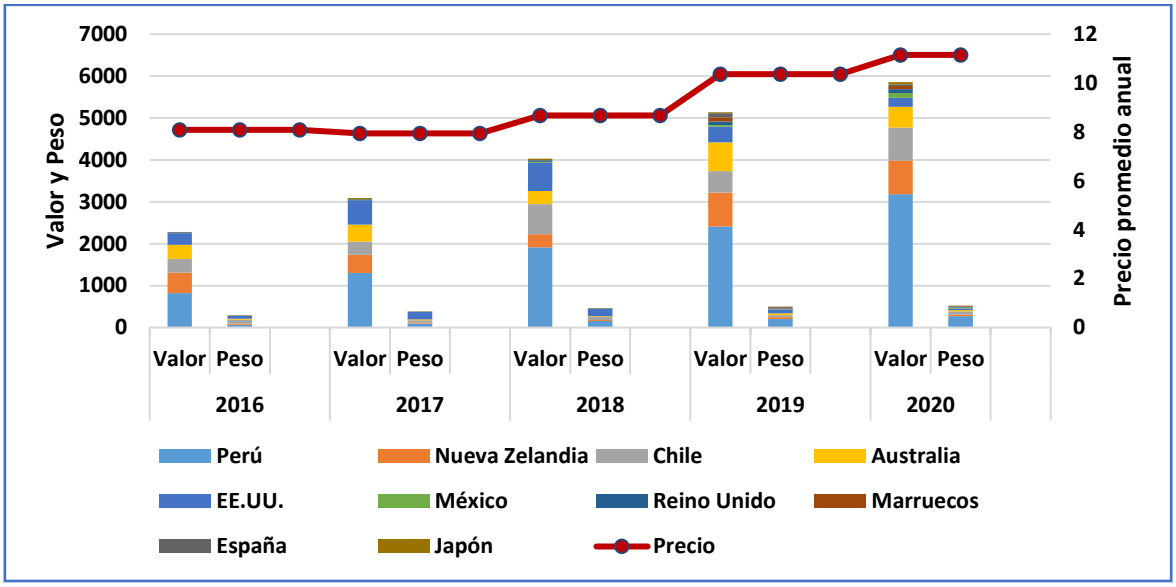
Proveedores	2016			2017			2018			2019			2020		
	Valor	Peso	Precio	Valor	Peso	Precio	Valor	Peso	Precio	Valor	Peso	Precio	Valor	Peso	Precio
Perú	822	62.53	13.15	1,301	98.92	13.15	159.57	11.99	159.57	2,408	205.06	11.74	3,181	269.42	11.81
Nueva Zelandia	486	30.25	16.06	437	23.02	18.98	312	16.50	18.91	813	44.70	18.19	803	41.91	19.16
Chile	334	94.61	3.53	309	51.35	6.02	719	78.78	9.13	507	46.01	11.02	788	76.82	10.26
Australia	333	24.00	13.87	408	2.18	187.06	310	16.18	19.17	691	40.34	17.13	494	25.53	19.35
EE.UU.	278	67.39	4.12	573	177.85	3.22	672	171.17	3.93	375	94.48	3.97	214	42.50	5.04
México	-	-	-	-	-	-	24	3.97	6.05	34	6.19	5.50	112	21.87	5.12
Reino Unido	18	2.56	7.03	33	5.04	6.54	40	5.82	6.87	85	15.84	5.37	91	16.45	5.53
Marruecos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	100	17.81	5.61	80	14.27	5.61
España	-	-	-	-	-	-	-	-	-	97	19.07	5.09	38	9.36	4.06
Japón	6	0.09	64.52	27	0.57	47.37	37	0.86	43.27	25	0.531	47.08	50	0.61	81.83
Mundo	2,426	300.15	8.08	3,254	409.72	7.94	4,197	483.93	8.67	5,222	503.68	10.37	5,896	529.17	11.14

Fuente: TRADE MAP
Elaboración propia

Como sucede en otros mercados del mundo, el ingreso de más proveedores de arándano fresco al mercado tailandés y la superposición de la estacionalidad de algunos de ellos, llevó a una ligera baja gradual de los precios de las exportaciones peruanas, aunque en 2019 y 2020 hay un ligero repunte de precios a nivel mundial. La fruta más fresca, de Japón Australia y Nueva Zelandia alcanza precios más altos.

Gráfico No. 12.

Desempeño de los 10 principales proveedores de arándano fresco a Tailandia, 2016-2020 (Valor CIF miles US$, peso neto Ton. y precio mundial promedio del quinquenio en miles US$/Ton.)



Fuente: TRADE MAP
Elaboración propia

Para evitar que la sobreoferta en mercados consolidados afecte los precios, se debe buscar otros mercados, distinguirse por calidad, considerar incrementar la oferta de la fruta orgánica y retirar de la cadena la fruta que puede ser congelada o deshidratada.

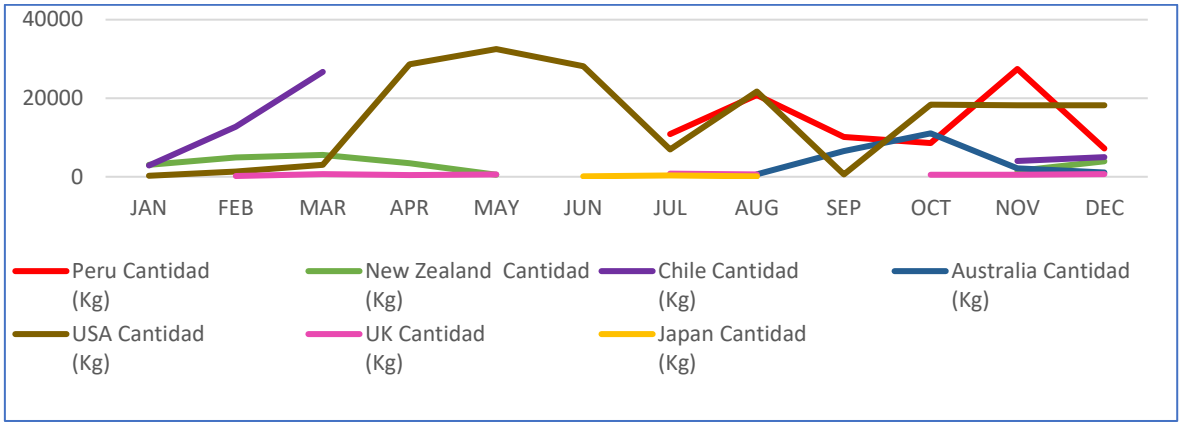
Asimismo, convendría considerar la estacionalidad de los proveedores de este mercado, para modular nuestra oferta cuando haya menor competencia de los proveedores que tienen TLCs.

En los gráficos siguientes, preparados con estadísticas de la Aduana de Tailandia de 2017– 2020 (Nov)., se muestra que los arándanos peruanos ingresaron a Tailandia principalmente entre mayo y diciembre.

En 2017, los arándanos peruanos compitieron en esos meses con EE. UU. y Australia, brevemente con Chile, que ingresa entre diciembre y febrero; y en cantidades menores con Japón, Reino Unido y Nueva Zelandia, que ingresan en el último trimestre del año.

Gráfico No. 13.

Estacionalidad de los proveedores de arándanos a Tailandia 2017

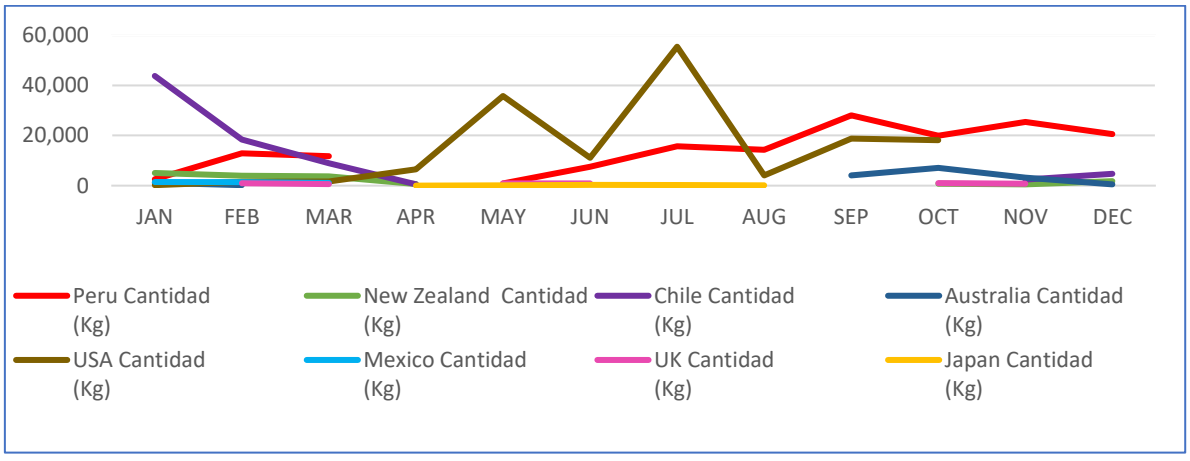


Fuente: Aduana de Tailandia
Elaboración propia

En 2018, se produce una situación semejante pero se observa que las exportaciones procedentes de EE.UU, declinan y que México exporta poca cantidad, ya que al no tener ninguno de ellos un TLC con Tailandia, no tienen el beneficio del arancel cero.

Gráfico No. 14.

Estacionalidad de los proveedores de arándanos a Tailandia 2018

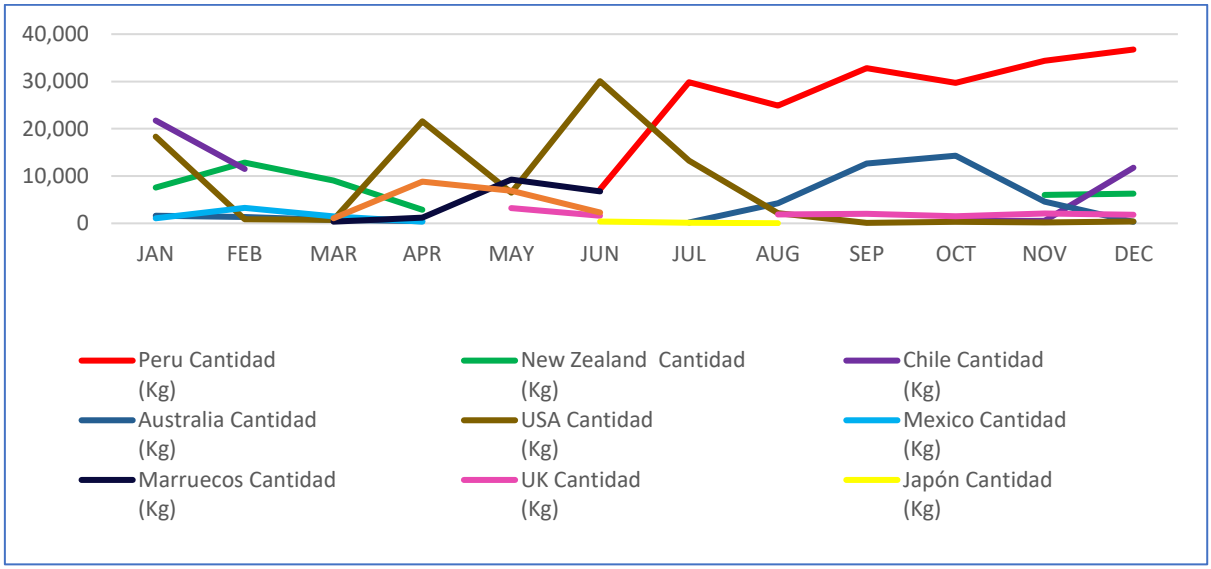


Fuente: Aduana de Tailandia
Elaboración propia

En 2019, ingresa al mercado tailandés la producción de Marruecos y España, que no son estacionales con el Perú. México prolonga su temporada de enero a abril, compitiendo con Chile pero no con el Perú. Decae la cantidad importada de EE.UU. y aumenta ligeramente la cantidad de arándanos australianos que compiten con el Perú. Reino Unido y Japón mantienen una menor presencia coincidente con la temporada peruana en este mercado.

Gráfico No. 15.

Estacionalidad de los proveedores de arándanos a Tailandia 2019



Fuente: Aduana de Tailandia
Elaboración propia

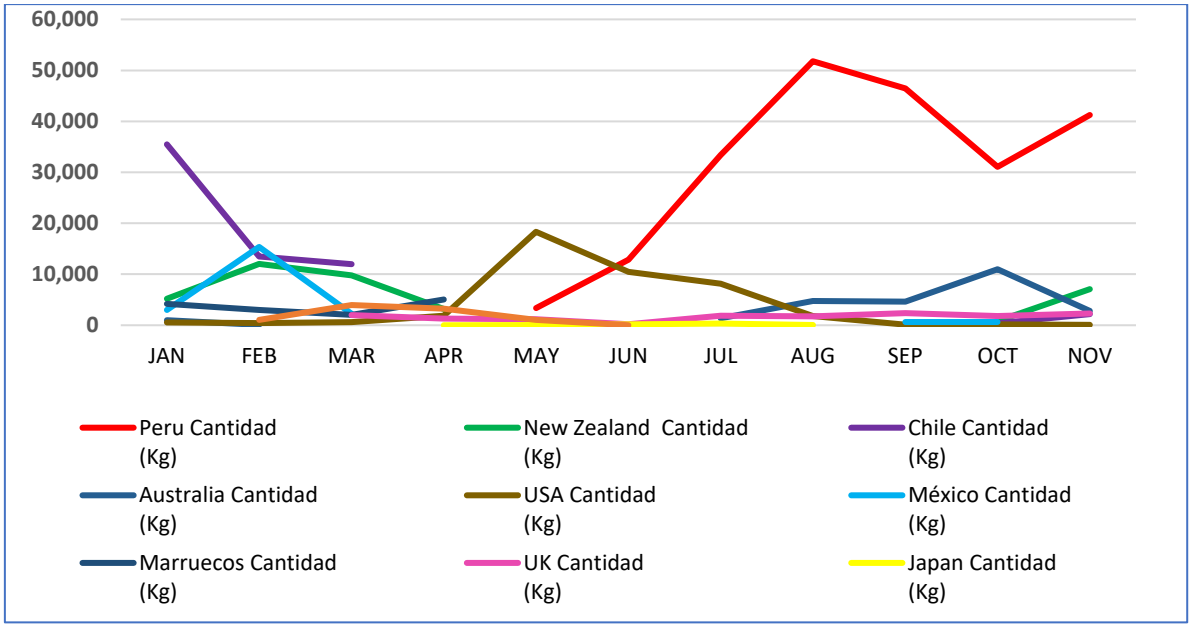
En 2020, se reduce la presencia de EE.UU. y las tendencias competitivas de Australia, y Nueva Zelandia. Hay menor presencia del Reino Unido, Japón y Corea en paralelo al Perú. Se nota la complementariedad de la estacionalidad de Marruecos y España, a la que se suma Portugal. Hay una incursión de arándanos mexicanos en setiembre-octubre, en cantidad pequeña.

En julio 2020, Colombia ingresa una cantidad pequeña de arándanos al mercado tailandés y lo propio sucedió con Sudáfrica, en octubre y noviembre. Este último país viene experimentando un "boom" de la producción de arándanos, exporta el 70% de su producción y tiene similar estacionalidad que el Perú. Pero, al igual que Colombia, carece de un TLC que le permita competir en precios con el Perú, por el momento. Por ello, está más enfocado en promover el acceso de la fruta a Europa, Israel, Medio oriente, China, Corea, Singapur y Malasia.

Una estrategia de Sudáfrica para promover su producto en Tailandia ha sido el ingreso con bandejas diferenciadas, redondas, y con mayor contenido, 200 g. en lugar de las tradicionales "clam shells" de 125 g. de fruta fresca que usa la mayoría de los distribuidores.

Gráfico No. 16.

Estacionalidad de los proveedores de arándanos a Tailandia 2020 (Nov.)



Fuente: Aduana de Tailandia
Elaboración propia

CAPÍTULO 4: TAILANDIA: MERCADO POTENCIAL DEL ARÁNDANO FRESCO

4.1 Tendencias generales del mercado y del consumidor tailandés

Cuadro No. 17.

Ocho tendencias relevantes

1 **Fuente: FB del Ministerio de Relaciones Exteriores de Tailandia**	**La economía tailandesa tiene buenos prospectos de crecimiento y con ello mejorará el ingreso de su población** • 25º lugar en el ranking 2020 de economías del FMI, en base a su PBI nominal, • 2ª economía del Sudeste Asiático, después de Indonesia. • PBI se ha incrementado en 3.4% en promedio entre 2015-2019, y 2.7% en 2020, debido al impacto de la pandemia COVID-19. [5] • En 2019, el PBI nominal fue de USD 53 mil millones[6] y PBI real per cápita US$6,975.4.[7] • El tailandés promedio dedica 30 a 40% de su ingreso a la compra de alimentos.

[5] https://www.imf.org/en/Countries/THA, accedido el 7/02/21.
[6] https://www.boi.go.th/index.php?page=demographic, accedido el 7/02/21
[7] CIA Factbook 2020 y https://www.statista.com/study/48373/thailand/ accedido el 30/01/21

La demografía y el turismo sustentan el consumo de alimentos.

- Las características de la economía y la demografía de Tailandia hacen prever que la demanda por alimentos importados se acentuará.
- Tailandia es el 20º país más poblado del mundo, con casi 69. 8 millones de habitantes,3 millones de extranjeros y una tasa de crecimiento poblacional de 0.25% por año hasta 2025.
- 59% de los habitantes tiene entre 25 y 64 años y son los que toman decisiones de consumo 94% profesa el budismo, religión que favorece el alto consumo de frutas y hortalizas.
- 39.8 millones de turistas visitaron Tailandia en 2019, lo que influye notablemente en la demanda por alimentos importados del sector HORECA.

2

3

Fuente:
https://transferwise.com/gb/blog/currency-exchange-bangkok

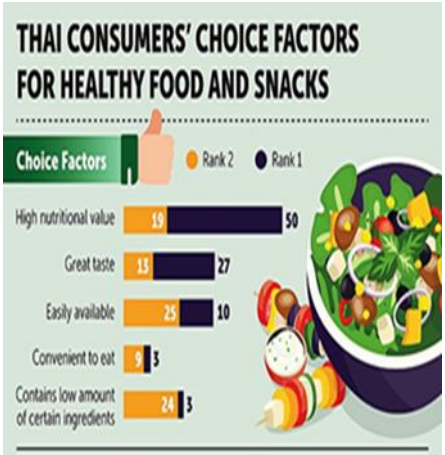
La urbanización influye en nuevos hábitos de consumo y compra

- 51.4% es población urbana, acepta hábitos de consumo occidentales, está empeñada en mejorar su estilo de vida y se muestra abierta a la innovación en materia de gustos.
- La PEA suele consumir sus alimentos fuera del hogar. Las clases medias y altas concurren a restaurantes y servicios de catering en hoteles.
- 10.5 millones de personas viven en Bangkok y acceden a bienes y servicios de una ciudad moderna y, junto con los turistas, son el principal mercado para los alimentos importados.
- Las provincias más urbanizadas son: Nonthaburi, Khoen Kaen (1.7 millones) Ubon Ratchathani (1.6 millones) Nakhon Ratchasima (2.5 millones), Nakhon Si Thammarat (1.5 millones), Buriram (1.49 millones) , Chiang Mai (1.47 millones), Udon Thani (1.45 millones), Si Sa Ket (1.4 millones) y Surin (1.3millones).
- La COVID-19 ha afectado a todos los sectores económicos, en particular al turismo y al rubro de alimentos importados, pero se estima que recuperará su dinamismo hacia 2022, a medida que se controle la pandemia.

La nueva normalidad post COVID-19 acentuará la tendencia al consumo de alimentos simples, sabrosos, saludables, accesibles y que fortalezcan la salud.

4

- La cultura tailandesa es proclive al consumo de frutas frescas tropicales (exóticas), producidas localmente o importadas de China (42%), Vietnam (14%), Estados Unidos (11%), Nueva Zelandia (8%) y Australia (7%).
- La estación de producción de estas frutas es entre abril y junio, cuando son preferidas por los consumidores locales.[8]
- El consumidor tailandés de clase media y alta y los jóvenes muestran inclinación al consumo de alimentos occidentales y también funcionales (nutracéuticos), es decir que tengan propiedades nutricionales y buenos efectos sobre la salud el bienestar (wellness) y también la belleza.
- El gobierno realiza campañas para mejorar el consumo de frutas entre la población infantil, porque se halla por debajo de los 400 grs. recomendados por la OMS.
- Los importadores están conscientes de la contra-estacionalidad de los productores de Sudamérica y África y buscan una provisión permanente de frutas que tienen demanda y generan buenos márgenes de ganancia, como el arándano fresco.
- El Ministerio de Salud Pública realiza campañas informativas con "influencers" y blogs, para impulsar hábitos alimenticios que contrarresten las crecientes tasas de obesidad y diabetes.
- El consumidor Thai está informado sobre los usos de suplementos dietéticos, ingredientes "keto" o "paleo", "superfoods". Información sobre estos temas abunda en los medios y redes sociales locales.
- En abril 2019, Nilsen identificó las tendencias del consumidor Thai que se muestran en la foto a la derecha:[9]



[8] https://www.th4u.com/fruits.htm y https://toasttothailand.com/things-to-do/exotic-thai-fruits/
[9] https://www.bangkokpost.com/business/1658872/thais-opt-for-health-food-over-exercise, acceso 7/2/21

- Como indican los informes de megatendencias 2021 de Euromonitor, Mitel y Nielsen y otros , en la fase post-pandemia, también los tailandeses favorecen la comida casera, alimentos simples y que fortalezcan la salud y el bienestar y están dispuestos a demandar más “Superfoods” y alimentos orgánicos.
- Tailandia no produce arándanos ni productos de climas templados. El consumidor tailandés compra hortalizas y frutas importadas y es permeable a información sobre nutrición y salud.
- Las positivas propiedades nutracéuticas del arándano han influido en su creciente consumo. Se espera que éste siga creciendo, tanto como fruta fresca o como insumo alimentario, en los canales HORECA y entre las clases medias y altas, particularmente en las principales zonas urbanas del país.

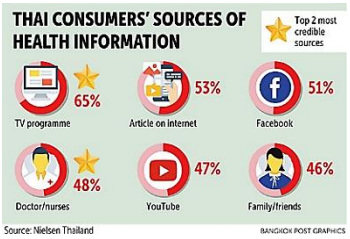
5

Mayor preocupación por la calidad del alimento y su inocuidad alimentaria

- Hay un creciente interés en los alimentos “orgánicos”.
- El consumidor local de clase media y alta exige calidad, favorece la frescura de las frutas, en especial para hacer regalos en festividades culturales y religiosas.
- En 2020 se prohibió el uso de ciertos agroquímicos y revisó los Máximos Niveles Permitidos de pesticidas, entre ellos los glifosatos.
- Los canales de comercialización monitorean inocuidad en el proceso de producción, envasado y etiquetado; así como la inocuidad de los productos importados para no tener inconvenientes en el desaduanaje y con sus licencias y sus propias reputaciones.
- El público toma mayores precauciones ante el hallazgo de SARS-COV-2 en alimentos frescos y congelados o en sus empaques y envases.

Importancia del e-market y canales modernos de ventas y distribución, en detrimento de los tradicionales	
• La urbanización hace que desaparezcan gradualmente los mercados tradicionales (fresh market) y los pequeños negocios, en favor de los hipermercados, supermercados y cadenas de tiendas de conveniencia. • Antes de la pandemia, Tailandia se situaba en el puesto 43 de 151 países por volumen de ventas de e-commerce. La pandemia profundizó este cambio de hábitos. • Las infecciones por COVID-19 en terminales pesqueras y mercados frescos así como la mayor confianza en los protocolos sanitarios implementados en otros canales de venta han impulsado las plataformas digitales de compras, incluso para productos frescos. • Esta tendencia es resultado, entre otros, de los siguientes factores: – La notoria congestión del tráfico en las ciudades. – Las políticas del Gobierno para impulsar la 4 RI y la penetración digital – La expansión del uso del internet. – La alta penetración de los smartphones. – La bancarización del ingreso y transacciones. – El acceso a tarjetas de crédito desde la etapa universitaria. – La existencia del "market place" con plataformas de e-commerce tipo Lazada, Shopee, JD Malla, Line Man, Facebook y otras redes sociales. – La existencia de servicios de reparto a domicilio que son rápidos, baratos y confiables, como Lalamove, Lineman, Grab, Food Panda y otros. • La mayoría de importadores de frutas, los hipermercados y supermercados y fruterías especializadas tienen canales online de retail, que llegan al consumidor vía reparto a domicilio. • Gran difusión del uso de servicios de pago digital y reparto a domicilio.	6 Digital Thailand - Jan. 2018 Population 69.11 M Internet users 57.00 M Social media users 51.00 M Unique mobile users 55.56 M Mobile social users 46.00 M

7



Mayor rol de las plataformas digitales y redes sociales para el marketing y promoción de los productos

- La penetración de los smartphones y del internet incrementó el flujo de información digital y el marketing digital, a través de aplicativos tales como FB, Messenger, Instagram, YouTube, Line y Kaidee. La pandemia ha agudizado esta tendencia.
- Son notorias las promociones en redes sociales con apoyo de personalidades del ámbito de los medios y TV conocidos como "influencers" y bloggers

Los importadores y consumidores tailandeses tienen mayor conciencia sobre la sostenibilidad ambiental y social de los productos que consume

- Hay un mayor activismo en favor de la economía circular, prácticas sostenibles y de responsabilidad social y ambiental y un rechazo creciente al uso del plástico.
- 65% de los tailandeses desea frenar el cambio climático y apoya medidas para lograr la sostenibilidad de las actividades de toda la cadena productiva.
- Las noticias sobre inestabilidad política, protestas sociales, conflictos laborales y problemas medioambientales inciden en la seguridad de la cadena de aprovisionamiento".
- Se cuestiona la invasión del medio ambiente natural, en perjuicio de la flora y fauna nativas. El origen animal de la pandemia COVID-19 refuerza a los grupos conservacionistas y ecologistas.
- Entre los jóvenes crece el porcentaje de vegetarianos y aumentan las ventas de snacks y bebidas saludables.
- Los productos eco-friendly, eco-organic, bio, 100% natural, fat –free, sugar-free y similares ganan cada vez más adeptos.
- El consumo de proteínas vegetales, hortalizas y fruta, es visto como una buena alternativa para frenar el impacto de la crianza de ganado sobre el cambio climático.
- Estas preocupaciones ya se reflejan en nuevos estándares tecnológicos, certificaciones de buenas prácticas agrícolas, de envasado y sostenibilidad.

8

4.2 Acceso al mercado tailandés

4.2.1 No existen barreras arancelarias para el ingreso a Tailandia del arándano fresco de origen peruano.

El Acuerdo Marco para una Asociación Económica entre el Perú y Tailandia fue firmado el 17/10/2003 y ratificado el 27/10/2005. Luego suscribieron el Protocolo para acelerar la liberalización y facilitación del comercio, el 19/11/2005. Posteriormente, el 16/11/ 2006, suscribieron el Primer Protocolo Adicional para acelerar la liberalización del comercio de mercancías y la facilitación del comercio. El 13/11/2009, ambas partes suscribieron el Segundo Protocolo Adicional y el Tercer Protocolo Adicional el 18/11/2010. [10]

Los cuatro protocolos entraron en vigor el 31 de diciembre de 2011 y, a la fecha, rigen el ingreso libre de aranceles del 75% de los productos comercializados bilateralmente, a excepción de rubros sensibles como la carne de pollo, el arroz, el azúcar y el cemento.

Según se puede corroborar en Market Access Map, la subpartida arancelaria 0810.40.00 Arándanos rojos, mirtilos y demás frutos del género vaccinium, éstos últimos son los árandanos (blueberry), se encuentra liberada del pago de aranceles para la fruta originada en el Perú. De otro modo el arancel ascendería al 60% del valor CIF del producto ó THB ฿50 por kg. (aprox. US$ 1.67). Para miembros de la OMC, aplicando las reglas de la NMF, el arancel es 40% del valor CIF del producto ó THB ฿33.5 por kg. (aprox. US$ 1.17), el valor que sea superior.[11]

El requisito para que el importador tailandés pueda acogerse al arancel 0% es que el arándano tenga un certificado de origen que emite MINCETUR, el que determina que la fruta es peruana bajo los alcances del Anexo 2 del Tercer Protocolo Adicional de 2010. [12].

Otros países exportadores de arándano fresco a Tailandia con igual tratamiento arancelario que el Perú, en base a acuerdos bilaterales de comercio, son: Chile, Australia, Nueva Zelandia, Japón y Corea. China también tiene ese privilegio, pero exportó muy poco volumen de arándanos en el último quinquenio.

Canadá, Colombia, Estados Unidos de América, Marruecos México, Sudáfrica y otros países que exportan esa fruta a Tailandia no están liberados del pago de aranceles y se les aplica la tasa de la NMF. [13]

---

[10] http://www.sice.oas.org/Trade/PER_THA_FTA/Lista_de_Mercancias_Peru_cm.pdf,acceso el 7/2/21.
[11] https://www.macmap.org/en//query/results?reporter=764&partner=604&product=081040&level=6
[12] https://findrulesoforigin.org/documents/pdf/itc00143_roo.pdf
[13] https://www.macmap.org/en/query/compare-competitor?reporter=764&partner=All&product=081040

La fruta en general está exenta del pago del IVA que es de 7% en Tailandia.

4.2.2 Barreras no arancelarias legales / voluntarias a la importación de arándanos frescos

Tailandia es miembro del Acuerdo sobre la Aplicación de Medidas Sanitarias y Fitosanitarias de la OMC (Acuerdo SPS, 1995) y del Acuerdo sobre barreras Técnicas al Comercio (TBT, 1995). En tanto tal, no debe utilizar esas medidas como barreras no arancelarias al comercio. En algunos casos el exportador no tiene conocimiento de los procedimientos a seguir para cumplir esas medidas, en cuyo caso suele ser el importador el que le proporciona los lineamientos pertinentes.

Para verificar la existencia de este tipo de medidas, se puede acceder al sistema de notificaciones online en el marco de la OMC, tales como http://spsims.wto.org, https://www.epingalert.org, https://docs.wto.org y la web de del *National Bureau of Agricultural Commodity and Food Standards (ACFS),* [14] entidad a cargo de las regulaciones fitosanitarias en Tailandia.

Según los servicios de información de Access Map, Tailandia no aplica ningún remedio comercial al comercio de arándanos frescos originarios del Perú y tampoco se menciona regulaciones tailandesas que afecten a este producto específico.

La base de datos RAM [15] menciona la ley tailandesa titulada *Plant Quarantine Act B.E. 2507. amended by Plant Quarantine Act (No. 2) B.E. 2542 and Plant Quarantine Act (No. 3) B.E. 2551.* Pero, al no tratarse de un producto prohibido ni sometido a control de plagas, lo relevante de esa ley es que el arándano para exportación sea certificado previamente por la autoridad fitosanitaria competente.

Para ese efecto, RAM refiere las consultas a la página web de SENASA.[16] Esta última entidad aplica una política de certificaciones de acuerdo a los estándares más exigentes de nuestros principales importadores. Certifica la fruta y también los campos de producción y las empacadoras, para asegurar la inocuidad de las exportaciones peruanas a nivel global. En el largo plazo esto es positivo para el posicionamiento del producto, con mayor razón en la época post Covid-19 en la que se ha acentuado la preocupación por la seguridad (safety) de los alimentos.

[14] www.acfs.go.th
[15] http://ram.promperu.gob.pe/#/?product=325&partida=0810.40.00.00&country=18

[16] https://servicios.senasa.gob.pe/consultaRequisitos/consultarRequisitos.action

Según los registros de SENASA, casi el total de los despachos de arándano fresco a Tailandia son por vía aérea. En 2020, por ejemplo, hubo 149 despachos de arándanos frescos del Perú a Tailandia. De ellos, 130 (87.25%) llegaron por cargo aéreo, por el Aeropuerto Internacional Suvarnabhumi de Bangkok. Los importadores tailandeses refieren que este tránsito toma aproximadamente 4 días y se realiza a temperaturas controladas de -5º, para preservar debidamente la fruta.

En el caso de travesía marítima, el viaje puede tomar más de 44 días, mientras la vida útil de esta delicada fruta con un buen manejo de la cadena de frío es de 20-40 días, por lo cual ese medio de transporte no es una buena opción para Asia. Los contenedores que llegan por vía marítima a Tailandia lo hacen principalmente al puerto de Laem Chabang, ubicado 132 Km. al sureste de Bangkok. En 2020, sólo 13% del volumen de arándano fresco importado del Perú a Tailandia ingresó por ese puerto.

El arándano no se encuentra entre los productos agrícolas de alto riesgo de transmisión de pestes para Tailandia y por ello su importación es permitida. Pero, los importadores tailandeses deberán tener licencia para importar fruta fresca, cumplir con las siguientes normas y requisitos técnicos:

- Ley de Alimentos (Food Act B . E. 2522)[17]

- Directiva sobre residuos de pesticidas (Notification of Ministry of Public Health No. 387 B.E. 2560)[18]

- Directiva sobre producción, envasado y etiquetado de frutas y vegetales (Notification of the Ministry of Public Health Number 386, B.E. 2560)[19]

- Directiva sobre Sustancias Peligrosas (Notification on the List of Hazardous Substances No. 6, B.E. 2563) del Ministerio de Industria de Tailandia, que prohíbe totalmente el uso o presencia de residuos de paraquat y clorpirifos en las frutas y hortalizas y ordena regular el uso del glifosato. Está vigente a partir de junio de 2020. La actual lista comprende 134 sustancias peligrosas.

- Lineamientos revisados por la Agencia de Alimentos y Medicamentos (FDA) para analizar productos frescos importados para detectar residuos de pesticidas, en vigor desde el 1.08.2020. [20]

[17] http://food.fda.moph.go.th/law/data/act/E_FoodAct2522.pdf

[18] http://food.fda.moph.go.th/law/data/announ_fda/English/33%20Notification%20Pesticide%20residue%20in%20foods%20edited.pdf

[19] http://food.fda.moph.go.th/law/data/announ_moph/V.English/No.386-PrescriptionOfProductionProcess.pdf

[20] Se puede hallar una explicación del procedimiento de inspecciones adoptado por Tailandia en el estudio realizado por la USDA de EE.UU. , accedido el 27.02.2021 en el link https://secureservercdn.net/198.71.233.39/6e2.1c0.myftpupload.com/wp-

Se hace notar que, bajo las citadas regulaciones, particularmente la Notificación No. 387 B.E. 2560, en el caso de las bayas (berries) se debe respetar el máximo nivel de residuos (MRL) permitido de ciertas sustancias:

SUSTANCIA	MRL mg/kg	SUSTANCIA	MRL mg/kg
Cypermethrin	**0.1**	**Malathion**	**1**
Diazinon	**0.1**	**Pirimiphos Metyl**	**0.5**
Dicofol	**0.1**	**Phosalone**	**2**
Dimethoate	**0.5**	**Quintozene**	**0.02**
Ethion	**5**	**Triazophos**	**0.07**
Fenitrothion	**1**		

Fuente: Notification of Ministry of Public Health No. 387 B.E. 2560 (2017)
Elaboración propia

En los lineamientos en vigor para monitorear los máximos niveles de residuos de las 134 sustancias peligrosas en frutas y hortalizas a nivel nacional y en los puntos de ingreso de mercancía importada se establece un régimen más estricto para ciertos alimentos, por ejemplo, la uva de mesa, en la que se han detectado hasta 8 agroquímicos contaminantes.

Según informaron a la embajada los importadores de fruta peruana que participaron en grupos de consulta con las autoridades tailandesas que redactaron los citados lineamientos, las muestras de arándano fresco peruano tomadas en 2019 y 2020, antes de los cambios regulatorios, no arrojaron incumplimiento serio de la normativa de inocuidad alimentaria tailandesa. Por ello, el nivel inicial de la inspección de los cargamentos de esta fruta en los puntos de ingreso al país será de baja intensidad, a menos que se detecte un incumplimiento serio.

En cuanto al procedimiento administrativo para importar fruta fresca a Tailandia, se deberá seguir los siguientes pasos:

content/uploads/2020/07/Thailand_Issues_Its_Revised_Pesticide_Residues_Monitoring_Procedures_on_Fresh_Produce_Bangkok_Thailand_2020_TH2020-0097-rev.pdf

1. El importador deberá contar con una licencia para importar fruta fresca expedida por el Ministerio de Comercio de Tailandia.

2. El importador deberá estar registrado en el sistema E-customs para gestionar el despacho de su mercancía. Las empresas que poseen capital social superior a THB 5 millones, que sean miembros de la Federación de Industrias o la Cámara de Comercio tailandesas y vengan realizando exportaciones o importaciones por más de 3 años tendrán un tratamiento preferencial para gestionar el despacho aduanero.

3. Para el despacho de aduanas, no se considera el ingreso legal de la mercancía hasta que ésta haya llegado al puerto y la Aduana haya autorizado su entrega. Esto conlleva costos, debido a que no se puede adelantar trámites documentales. Al momento de entrar al puerto, el capitán de la nave o el agente de carga remitirá un informe de llegada a través del sistema electrónico de la aduana competente, el que emitirá un número de expediente para el despacho aduanero.

4. Para iniciar el despacho aduanero, el importador deberá presentar electrónicamente a la Oficina de Aduanas del puerto de entrada los siguientes documentos que serán verificados antes de dar vía roja (comprobación completa) o verde (liberación) al cargamento:

    - Declaración de mercancías.
    - Conocimiento de embarque (B/L o guía aérea)
    - Factura
    - Lista de embalaje

5. El importador deberá entregar el Certificado de Origen para acogerse al trato preferencial que rige el comercio entre Perú y Tailandia.[21] Durante la pandemia COVID-19 la Embajada del Perú en Tailandia gestionó un régimen de contingencia que se ha extendido hasta junio de 2021, mientras MINCETUR y el Ministerio de Comercio están realizando consultas para aceptar certificados con firma digital que podrán ser verificados online.

6. La carga debe venir acompañada de un certificado fitosanitario emitido por SENASA, en idioma inglés, en versión original, cuya autenticidad será verificada por el DOA tailandés al

[21] Actualmente el Perú y Tailandia tienen un régimen de contingencia para aceptar certificados en copia, mientras negocian la aceptación del certificado de origen con firma y sello digitales.

momento de inspeccionar la carga. Durante la pandemia se empezó a utilizar un certificado con QR, para facilitar la aceptación temporal de fotocopias para desaduanar la carga.

7. Los arándanos frescos se hallan entre los productos de bajo riesgo de residuos agroquímicos bajo los "Lineamientos para la implementación de las medidas de monitoreo para inspeccionar los residuos de pesticidas en hortalizas frescas y frutas importadas en el punto de control de la FDA", vigente desde el 1 de agosto de 2020.

Se tomará muestras al azar que serán sometidas a análisis rápidos tipo GT-Pesticida y GPO-TM/2 pero se permitirá continuar el proceso de desaduanaje, salvo que se sospeche la presencia de los agroquímicos controlados, en cuyo caso se enviarán muestras a un laboratorio local y se inmovilizará la carga hasta determinar si se han usado agroquímicos prohibidos o si los residuos permitidos no sobrepasan los niveles máximos establecidos.

8. Al mismo tiempo, la FDA verificará el cumplimiento de la Directiva No. 386 del Ministerio de Salud Pública sobre los métodos de producción, herramientas de producción y almacenamiento de frutas y hortalizas y su etiquetado. Para productos frescos, el importador presentará el certificado de buenas prácticas agrícolas de producción, selección y envasado del producto, emitido por la autoridad competente o la entidad acreditada a la que se haya delegado esta certificación, lo que podrá estar incluido en el certificado fitosanitario. No se ha considerado al arándano fresco en la lista de productos que requieren este tipo de certificación, pero sí a la uva de mesa.

   Para este último efecto, los importadores suelen presentar el certificado GLOBALG.A.P., [22] el cual también es exigido para los arándanos frescos por algunos importadores o canales de distribución que aplican estándares internacionales de calidad, como es el caso de MAKRO y TESCO. Se presenta una ficha de este certificado en el siguiente cuadro.

[22] https://www.globalgap.org/uk_en/media-events/news/articles/G.A.P.-Certificate-now-Required-for-all-Fresh-Produce-Imported-to-Thailand-00001/

Cuadro No. 18.

El certificado GLOBALG.A.P.

GLOBALG.A.P.	Descripción	Certificación de Buenas Prácticas Agrícolas para sustentar la inocuidad alimentaria a nivel que global
	Entidad certificadora	SGS Callao
	Duración	364 días (extendible en caso de emergencia hasta por 6 meses más)
	Contacto	Av. Elmer Faucett 3348 Tel +51 15 171 900 WhatsApp +51 999 979 079
	Web	https://www.sgs.pe/es-es/agriculture-food/food/gfsi-certification/globalgap

Fuente: https://www.globalgap.org/

4.2.3 Certificaciones voluntarias a la importación de arándanos frescos

Aparte de lo ya explicado sobre la exigencia del certificado GLOBALG.A.P. por acuerdo entre el exportador y el importador para el caso del arándano fresco , al consultar la base de datos Sustainability Map del ITC, en la categoría arándanos exportados del Perú a Tailandia, se hallan cinco estándares voluntarios recomendados, aunque ellos no son requeridos legalmente. Visitando supermercados, tampoco se ha visto que suelan ser utilizados por los exportadores de fruta de terceros países.

- Comercio justo, sobre estándares laborales de los trabajadores contratados.
- Lineamientos de las Naciones Unidas sobre Comercio y Derechos Humanos.
- Los principios y criterios sobre biocomercio de la UNCTAD- sector de alimentos terrestres.
- Los principios y criterios sobre biocomercio de la UNCTAD- sector terrestre no alimentario.

Fuente: https://sustainabilitymap.org/standards

Para la categoría frutas frescas en general, la base de datos Sustainability Map del ITC recomienda 28 estándares, que se resumen en el siguiente gráfico:

Fuente: https://sustainabilitymap.org/standards

4.3 Empaque y etiquetado

4.3.1 Tipo de empaque

Debido al carácter delicado y perecible del arándano fresco, a la distancia y conexiones necesarias para llegar a Tailandia y a la necesidad de que llegue fresco, firme y con buen "*bloom*" al consumidor final, este producto suele transportarse desde el Perú a este mercado prioritariamente por vía aérea, en pallets.

Los pallets contienen 240 cajas de cartón, que deben ser de buena calidad, limpias y libres de materia extraña e insectos.

Fuente: https://blueberriesconsulting.com/en/peru-arandanos-de-camposol-ahora-son-negocio-de-nueve-meses/

En las cajas se encuentra la fruta seleccionada, debidamente protegida y envasada en 12 envases plásticos, transparentes, del tipo "*clam shell*". La presentación más utilizada es la de "*clam shell*" de 125g. ó 4.4. oz. de fruta, que es la cantidad preferida por los consumidores finales. A veces también se empaca en bandejas "*clam shell*" de 250 **g.**

Fuente: **https://gestion.pe/economia/china-recibe-primer-embarque-aereo-comercial-arandanos-peruanos-128563-noticia/**

Los negocios especializados en bienes para regalo, presentan la fruta de calidad premium, que en el mercado de arándanos exigiría ser "clase extra" o tamaño jumbo o XL, fresca, con buen color y presentada en empaques especiales, según se trate de una ocación familiar especial o una festividad del calendario religioso o cultural del país y sus regiones.

Fuentes: Catálogos varios y ofertas por facebook de venta de frutas para regalo.

4.3.2 Requisitos de etiquetado y utilización

Las etiquetas, como en la fotografía que se presenta a continuación, se muestran en la parte superio del envase de plástico. Pueden estar en idioma inglés, y deben contener la siguiente información:

Fuente: Fruta comprada en Gourmet Market. Elaboración propia

En la base del envase, el distribuidor pega una etiqueta simple, no contaminante, en idioma Thai, con los siguientes datos:

Fuente: Fruta comprada en supermercado Villa Market. Elaboración propia

Ocasionalmente se encuentra tambipen que algunos envases se hallan etiquetados con el logo "Fairtrade" BRCGS, sobre seguridad tecnológica de los alimentos (food safety) o con algún logo que señala que se trata de un producto "orgánico", como los siguientes:

.

Fuente: Google y fotos tomadas en supermercados locales.
Elaboración propia

En los envases de los arándanos mexicanos Ozblu se nota etiquetas que señalan que la cosecha ha sido hecha "a mano" (hand picked). Y los arándanos españoles SurBerry inlcuyen una etiqueta en la parte interna del envase con el contenido nutricional de la porción vendida en la parte interna del envase

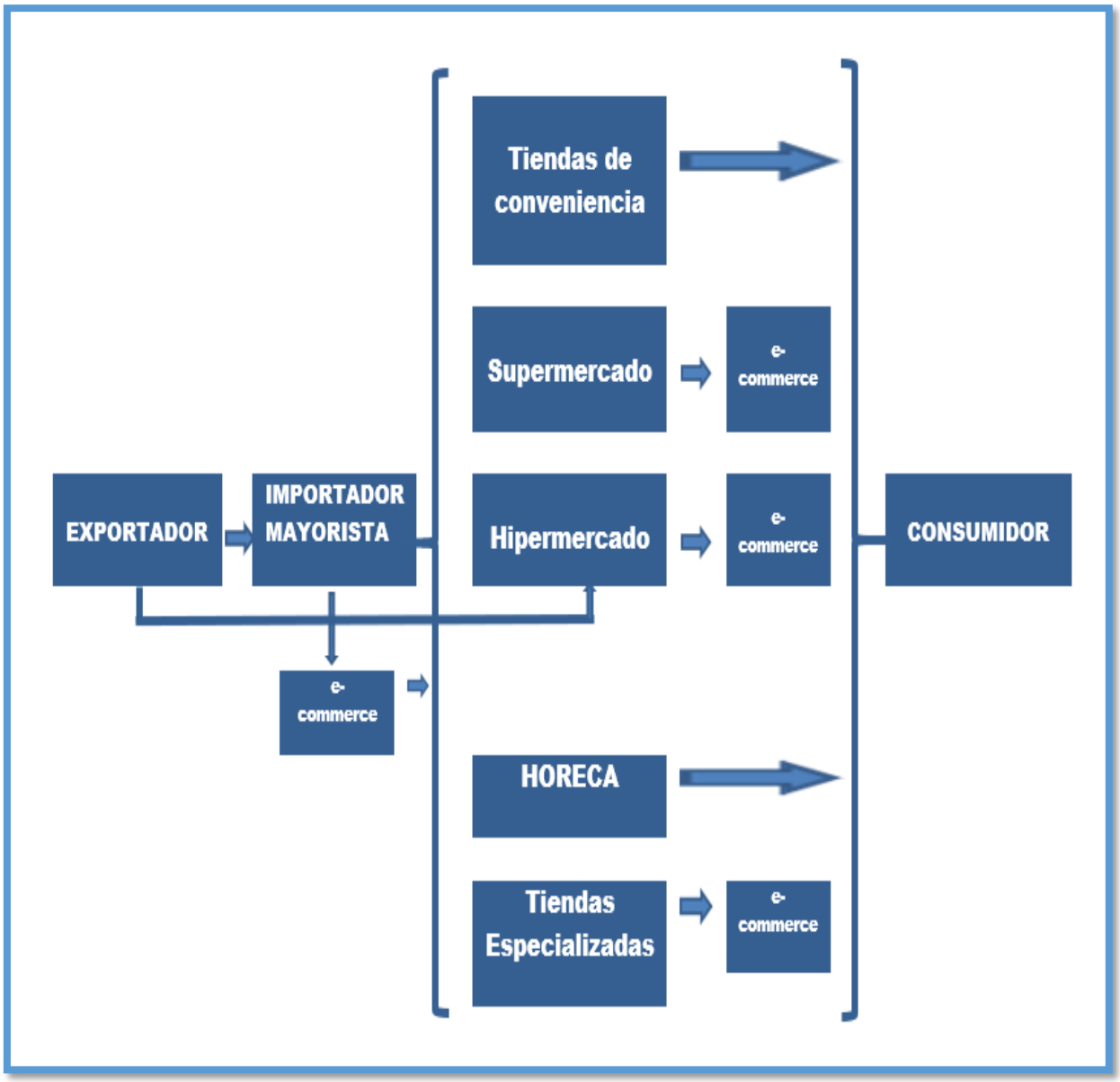
4.4 Canales de comercialización del arándano fresco

Las frutas frescas importadas suelen ingresar al mercado tailandés a través de canales de comercialización modernos y urbanos. Generalmente un importador especializado en frutas contrata la provisión del producto con un exportador o un representante del mismo en el Perú u otro país. Estos importadores suelen importar también hortalizas, nueces, frutos secos y afines,

El arándano fresco procedente del Perú no suele distribuirse a través de los mercados frescos tradicionales o las pequeñas tiendas, que se ocupan más bien de la fruta estacional local .

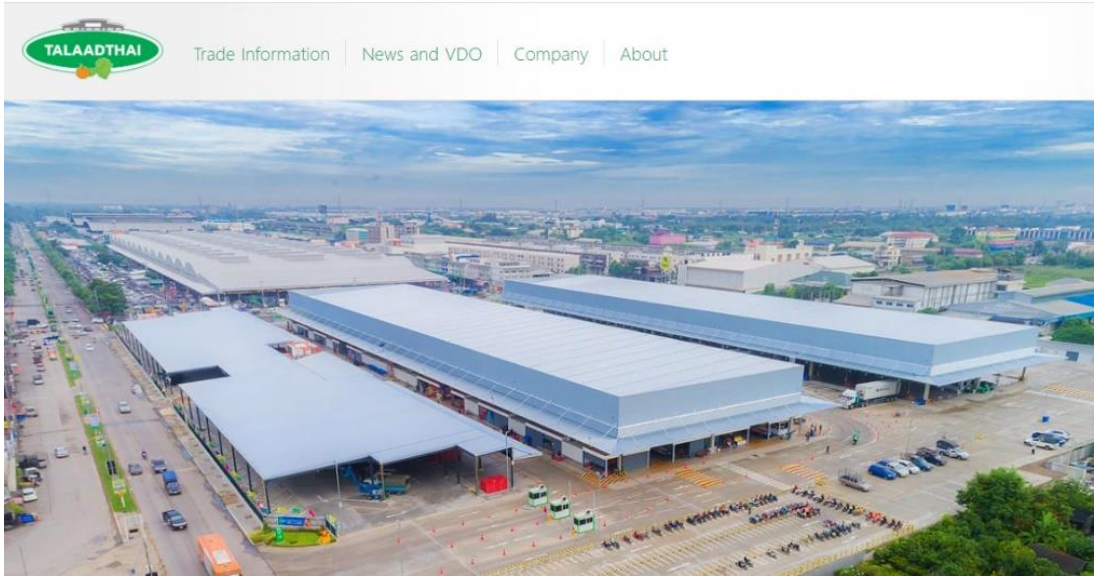
Gráfico No.17.

Canales de distribución y venta del arándano fresco en Tailandia



Fuentes: entrevistas con importadores tailandeses, Guia del País Tailandia, Oficina Economica y Comercial de España en bamgkok, noviembre 2020.
Elaboración propia

Tampoco se ha encontrado ingresos de esta fruta a través del mercado mayorista de frutas de Bangkok, conocido como TaaladThai Market, un moderno terminal para distribuir productos agropecuarios al por mayor. Este mercado tiene una sección para productos frescos importados, como es el caso de la uva.



Fuente: https://talaadthai.com/en

A continuación se explica los canales de distribución y venta del arándano fresco en Tailandia.

Importador / mayorista.- La fruta que ingresa a través de importadores de fruta suele ser distribuida al por mayor a los comercios de retail y tiendas de conveniencia, aunque también puede operar canales para el consumo industrial y grandes establecimientos HORECA de cadenas internacionales, además de plataformas propias de venta online y entrega a domicilio.

Retail.- Hay numerosos hipermercados especializados como SIAM MAKRO, que cuenta con 79 establecimientos en todo el país. Algunos forman parte de cadenas internacionales y son muy frecuentados por expatriados, como es el caso de Tesco y Tops Super. Otros son nacionales y apuntan más al consumidor local, como Big C, que tienen 151 establecimientos en todo el país. Estos cuatro hipermercados tienen su popio departamento de compras internacionales que se ocupa de importaciones tales como arándanos frescos, uvas y avocado hass procedentes del Perú, directamente o a través de los importadores antes mencionados.

Los hipermercados y supermercados tienen también plataformas de venta online y servicio de recojo de mercancía. Asimismo, casi todas las cadenas operan también sus propios minimarkets.o se puede contratar servicios de reparto de mercancía a domicilio.

Los supermercados suelen ubicarse en amplias supericies propias o de los grandes centros comerciales, como es el caso de las exclusivas cadenas administradas por Central Group o The Mall Group, y “community malls” en los vecindarios de clase media y alta, en las zonas urbanas y los destinos turísticos más visitados del país.

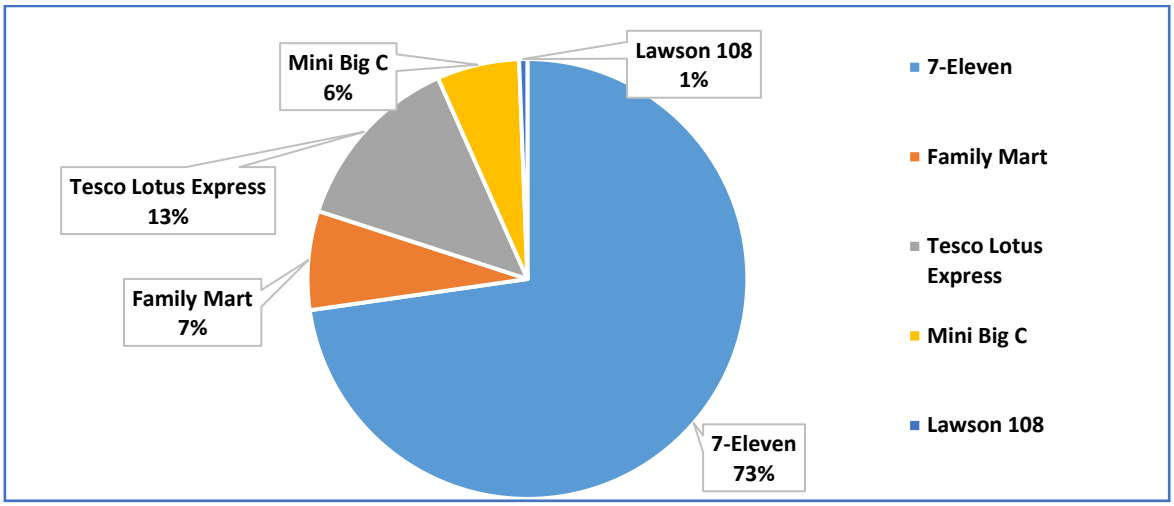
Entre los supermercados más destacados que ofrecen a la venta productos como los arándanos frescos peruanos están Gourmet Market, Tops Market y Tops Super con más de 170 tiendas a nivel nacional, Villamarket, Foodland y Tesco Lotus con 158 puntos de venta en el país. Hay un supermercado, UFM Fuji, que tiene 50 supermercados y 600 tiendas de conveniencias y atiende principalmente las necesidades del consumidor expatriado japonés. También hay otras cadenas como Max Valu y Home Fresh Mart. [23]

Tiendas de conveniencia.- Son pequeñas tiendas muy bien surtidas y ubicuas, dirigidas a consumidores individuales, turistas y familias pequeñas, que suelen vender fruta en pequeñas porciones.

Entre ellas destaca la cadena 7-Eleven del Grupo CP, propietario de SIAM MAKRO y que está adquiriendo la franquicia de Tesco (12 mil tiendas), sigue la cadena Family Mart (1,200 tiendas), Lotus Express (2,200 tiendas), Mini Big C (1,000 tiendas) y Lawson 108 (100 tiendas)

Gráfico No. 18.

Principales cadenas de tiendas de conveniencia a nivel nacional por número de tiendas



Fuente: Guia del País Tailandia, Oficina Económica y Comercial de España en Bangkok, noviembre 2020.
Elaboración propia.

Fruterías especializadas en regalos.- Suelen comercializar arreglos de flores y frutas frescas, comercian productos premium, con buena estética, sabor y color, prioritariamente provenientes de Japón y Corea.

El market place y locanales de e-commerce serán tratados más adelante, en la sección 4.6.

23

https://apps.fas.usda.gov/newgainapi/api/report/downloadreportbyfilename?filename=Retail%20Foods_Bangkok_Thailand_12-28-2017.pdf, acceso 03/02/21

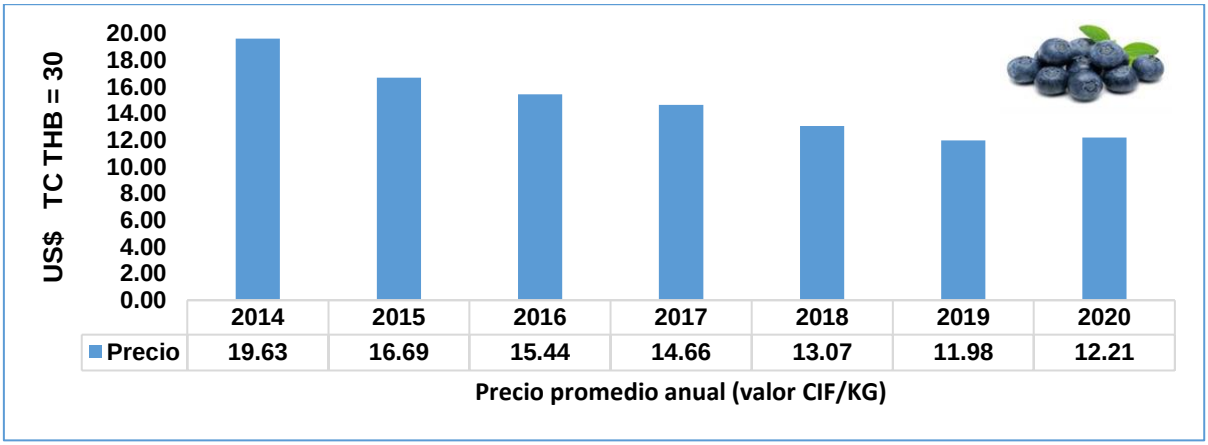
4.5 Evaluación del precio del arándano fresco en Tailandia

Según las estadísticas históricas de la Aduana tailandesa, que trabaja con el valor CIF, al inicio de su ingreso al mercado de Tailandia, en 2014, el kilo de arándano fresco peruano alcanzó su cotización más alta de US$19.63. Luego el precio ha descendido gradualmente, a medida que aumentó el volumen importado de esa fruta.

En 2020 el precio tuvo un ligero incremento, como se ilustra en el siguiente gráfico.

Gráfico No. 19.

Precio del arándano fresco peruano al importador tailandés



Fuente: Serie estadística de la Aduana de Tailandia, http://www.customs.go.th, acceso 30/01/21

En los canales de venta retail, online, mercados ferias locales, el precio de venta al público de esa fruta peruana en 2020, según la clase, categoría, frescura y temporada en que llegó el producto osciló entre THB 250 (US$ 8.33) y THB 70 (US$ 2.33) en su presentación de 125 g.

Es decir, un producto comprado por un importador al precio promedio de US$ 12.21 por kg., al ser vendido por el canal online del propio importador llegaría al consumidor final a US$ 53.2 por kg.

El precio más alto fue de BF Kinda Fruit, a US$ 66.7 por kg. y el más bajo el de Fruitage Premium Fruit a US$ 18.67 por kg.

A continuación se presenta un cuadro con esta información.

Cuadro No. 20.

Precio del arándano peruano al consumidor tailandés

Punto de venta	Marca	Plataforma	Presentación	Promo	Peso (g)	Precio KG (US$)
BF Kinda fruit ผลไม้ต่างประเทศ	-	Facebook	Bandeja 125 g	4 bdjs.	500	$66.7
https://www.facebook.com/BFkindafruit/photos						
CityFresh Fruit Delivery ผลไม้ส่งถึงบ้าน ส่งความสดถึงมือคุณ	Dole	Facebook	Bandeja 125 g	2 bdjs.	250	$53.2
https://web.facebook.com/CityFreshFruit/posts/3167818679970075						

Punto de venta	Marca	Plataforma	Presentación	Promo	Peso (g)	Precio KG (US$)
Gourmet Mkt.-Paragon	Sunnyridge	Supermercado / online	Bandeja 125 g	1 bdj.	125	$53.04
Gourmet Mkt.- Terminal 21	Miss o	Supermercado	Bandeja 125 g	1 bdj.	125	$53.04
https://bit.ly/2Lm6mvw						
BigC	FamilyTreeFarms	Supermercado/ online	Bandeja 125 g	1 bdj.	125	$50.4
https://www.bigc.co.th/imported-blueberry.html						
Fruitage Premium Fruit	Blueberries (Tal S.A.) Aranda	Facebook	Bandeja 125 g	1 bdj. 4 bdjs. 15 bdjs 1 bdj.	125 500 1875 125	$31.68 $29.96 $18.67 $42.4
https://www.facebook.com/1533013830347307/posts/2775883069393704/ https://www.facebook.com/1533013830347307/posts/2775883069393704/ https://www.facebook.com/1533013830347307/posts/2775883069393704/ https://web.facebook.com/fruitagedelivery/photos/a.2187905604858123/2717366131912065/						
Villa Market	FamilyTreeFarms	Supermercado / online	Bandeja 125 g	12 bdjs.	1500	$40
https://shoponline.villamarket.com/catalog/product/view/id/40563/s/0240299-blueberry/						
Many Fruity	FamilyTreeFarms	Facebook	Bandeja 125 g	1 bdj.	50	$40
https://web.facebook.com/permalink.php?story_fbid=166951841685427&id=114603540253591						
ขาย สตรอเบอร์รี่เกาหลี สตรอเบอร์รี่ญี่ปุ่น สตรอเบอร์รี่นำเข้า ราคาถูกใจ	FamilyTreeFarms	Facebook	Bandeja 125 g	1 bdj.	125	$37.04
https://web.facebook.com/fruitdeliverly/photos/a.1651155988438592/2463519393868910/						
Fruit Embassy	Grandezza	Shopee	Bandeja 125 g	1 bdj.	1bdj.	$34.4
https://f.ls/ggPcM						

ขายผลไม้นำเข้าจากต่างประเทศ และในประเทศ PP Inter Fruit	Dole	Facebook	Bandeja 125 g	12 bdjs.	1500	$26.66
https://web.facebook.com/315289285736210/posts/347285592536579/?_rdc=1&_rdr						
ผลไม้นำเข้าราคากันเอง	FamilyTreeFarms	Facebook	Bandeja de 125 g	12 bdjs.	1500	26.66
https://www.facebook.com/fruitfully8/						
Tesco Lotus	FamilyTreeFarms	Supermercado / FB	Bandeja 125 g	1 bdj.	125	23.76
https://www.facebook.com/TescoLotus/photos/a.193889257357983/3094485037298376/?type=3						
NAD Homemade	Greenway Ozblu	Shopee	Bandeja 125 g	12 bandejas	1500	19.78 22.22
https://f.ls/AYw0q						

Fuentes: Catálogos de supermercados online, FB, Shopee, acceso 8/2/21.
Elaboración propia

4.6 Promoción

4.6.1 Directa (Ferias, misiones comerciales, ruedas,etc.)

Los importadores tailandeses suelen entablar contacto directo con los exportadores peruanos en ocasión de la feria de alimentos más importante del Sudeste Asiático, **THAIFEX Anuga Asia**, que se celebra anualmente en Bangkok, la última semana de mayo.

Uno de los elementos que la hacen atractiva para los visitantes de mercados lejanos es que se trate de un evento presencial, donde bajo un solo techo puedan tomar contacto con potenciales compradores de múltiples plazas de Asia, Sudeste Asiático, Australia y Medio Oriente.

Foto: THAIFEX mayo 2019

El formato de esta feria ofrece amplias oportunidades para exhibiir productos, diseminar información, efectuar reuniones B2B, demostraciones culinarias, degustaciones y eventos complementarios.

Como se aprecia en estas imágenes, en THAIFEX 2019, el MINCETUR y OCEX Yakarta hizieron posible que estuviera presente el chef peruano Jaime Arbulú, quien apoyó a la embajada a realizar un festival gastronómico y del pisco.e hizo una gira a otras ferias en países de la región

Fotos: sección Comercial de la Embajada del Perú en Tailandia - Chef Jaime Arbulú, mayo- junio 2019

Festival gastronómico en Hotel Athenee Plaza (Marriott) de Tailandia, junio 2019

Fuente: Fotografías de la Sección Comercial de la Embajada del Perú en Tailandia.

En la edición 2020, postergada hasta setiembre debido a la pandemia, no hubo pabellón peruano en esta feria pero las principales empresas importadoras de fruta peruana: CityFresh Fruit, Vachamon y Navatan participaron con muestras de fruta, como se puede ver en la fotografía a la derecha.

En 2021 la feria también se postergó para setiembre, con formato híbrido: presencial para empresas tailandesas y del Asia y virtual para el resto del mundo a través del servicio de plataforma B2B.

Fuente: Fotografía de la Sección Comercial de la Embajada del Perú en Thailandia

La feria International Food & Hospitality Show Food & Hotel Thailand, que se celebra anualmente en setiembre también puede constituir una oportunidad para concientizar a ese sector sobre la calidad y origen de ciertos alimentos de calidad para el canal HORECA y la industria alimentaria.

En el siguiente cuadro se ha incluido detalles de ambas ferias y también de la feria FI para insumos de alimentos y bebidas y de la feria Food Pack Asia para tecnología, envases y equipo del rubro alimentario y farmacéutico.

Cuadro No. 21.

Ferias anuales de alimentos, bebidas, equipo y envases, Tailandia 2021

FERIA	***THAIFEX ANUGA ASIA***	***FHT THAILAND***	***FOOD INGREDIENTS ASIA***	***FOOD PACK ASIA***
Logo				
Fecha	*25-29 mayo 2021*	*8-9 setiembre 2021*	*15-17 setiembre 2021*	*06 -09 abril 2021*
Frecuencia	*Anual*	*Annual*	*Anual*	*Anual*
Lugar	*Bangkok, Tailandia*	*Bangkok, Tailandia*	*Bangkok, Tailandia*	*Bangkok, Tailandia*
Superficie m2	*46,734*	*5,824*		*20,000*
Nacional	*35,097*	*4,201*		
Extranjero	*11,637*	*1,623*		
Expositores	*2,745*	*208*		
Nacional	*1,341*	*170*	*650*	
Extranjero	*1,404*	*38*		
No. países participantes	*134*	*61*	*70*	*48*
Np. empresas	*2,745*	*549*		*350*
Visitantes profesionales	*67,136*	*31,769*	*19,000*	*30,000*
Público	*62,829*	*0*		
Rubro y actividades	*Principal feria de alimentos y bebidas del Sudeste*	*Gastronomía, pastelería, confitería, alimentos y bebidas, mobiliario y equipo*	*Ingredientes para alimentos, bebidas, alimentos saludables*	*Envases y equipo para procesamiento de alimentos y bebidas.*

	Asiático. Alimentos, bebidas, orgánicos, "fine food"			

Fuente: AUMA, webs y folletos de las ferias. Elaboración propia

También sería pertinente organizar misiones comerciales en el marco de Expoalimentaria, para invitar a los principales importadores del Asia y a representantes de los medios especializados, quienes podrían complementariamente visitar los lugares de producción, empacado y embarque de arándano fresco.

Adicionalmente, durante la pandemia, la OCEX Hong Kong y la Cámara de Comercio de Lima, en coordinación con la Embajada del Perú en Tailandia, organizaron reuniones virtuales B2B entre importadores y exportadores peruanos de diversos productos agrícolas no tradicionales, entre ellos el arándano fresco. En algunos casos se observó que la conectividad de internet, presentaciones sin datos relevantes y concretos o la falta de manejo del idioma inglés por ambas partes dificultaron la comunicación.

En 2020, la embajada contactó y seleccionó importadores y ponentes tailandeses para dos ruedas virtuales de negocios de la Alianza del Pacífico y Expoalimentaria.

En general, se percibe que puede producirse un agotamiento de los interlocutores ante los mecanismos virtuales de contacto y siempre se requerirá degustar el producto. Esto último se puede realizar mediante el envío de muestras, festivales gastronómicos en puntos de venta, hoteles y degustaciones para importadores, gerentes de compras de canales de comercialización, periodistas especializados de los medios de prensa, "bloggers" e "influencers" que promocionan productos online y secciones especializadas en alimentos y bebidas, salud, bienestar y "lifestyle".

La Embajada del Perú ha promovido algunos eventos de ese tipo, en asociación con hoteles, restaurantes, importadores y medios especializados.

Asimismo, en 2020 OCEX Hong Kong hizo una promoción de Super Foods Perú con quinua, en los restaurants "Above Eleven", con un chef peruano, y en "Tortilla Quemada", con un chef mexicano, con apoyo de la firma de imagen y media Brand. Este evento tuvo un buen rebote en los medios especializados en comida gourmet como se puede apreciar en los links insertados.[24]

Fuente: https://www.bangkokfoodies.com

[24] https://www.bangkokfoodies.com/peruvian-superfood-special-menu-by-above-eleven-x-tortilla-quemada/. https://www.thailandtatler.com/dining/above-eleven-superfood-peru, https://at-bangkok.com/super-foods-peruvian-inspired-eleven/ y https://atkitchenmag.com/peru-food/

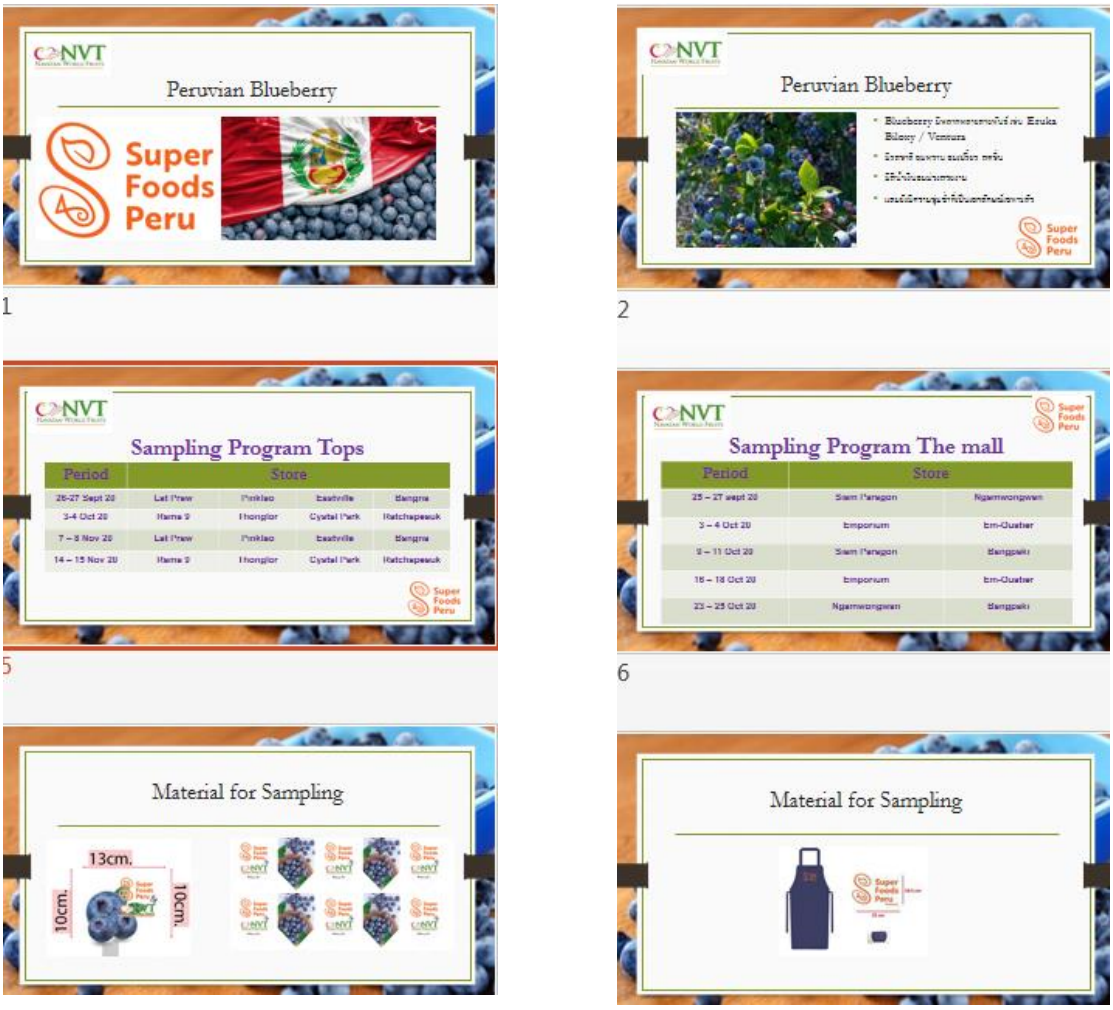
Asimismo, es usual observar tres o cuatro góndolas que concentran productos específicos de un país, demostraciones y eventos de degustación en la cadena “Gourmet Market” de los exclusivos centros comerciales de “The Mall Group” en Bangkok que impulsan el concepto “lifestyle” y la penetración y diversificación de productos importados, como se puede aprecia en las imágenes siguientes.

Fuente: https://www.facebook.com/GourmetMarketThailand/posts/3428775483819782/

En 2020, OCEX Hong Kong organizó una serie de eventos promocionales para impulsar la campaña 2020/2021 de los arándanos, en alianza con un importador y un grupo diversificado de supermercados de la ciudad de Bangkok, lo que ayuda a concientizar y fidelizar a los consumidores y ampliar la presencia de esta fruta en los mercados y la mente del consumidor.

A continuación, se muestra imágenes, el programa y plan de esta campaña.

Fuente: Fotos de la Sección Comercial de la Embajada del Perú en Tailandia



Fuente: Navatan World of Fruits, extracto del programa de promociones, octubre 2020

Recientemente, en marzo 2021, la empresa CityFresh, en alianza con el exportador de la marca "Mission", The Mall Group que opera "Gourmet Market" y la Embajada del Perú, promovieron la palta peruana mediante una degustación, con presencia de medios, personalidades tailandesas del mundo de espectáculos. Esta experiencia se puede replicar cuando empiece la campaña del arándano, hacia el segundo semestre de 2021.

Embajador Fernando Quirós, Bill (City Fresh), chef "Yerome" y actriz local.

Fuente: Fotos de la Sección Comercial de la Embajada del Perú en Tailandia

4.6.2 Promoción indirecta (e-commerce, market place)

Los importadores y los supermercados usualmente utilizan también sus propios canales online para diversificar los mensajes y promociones. La pandemia impulsó otros canales tradicionales de ventas a crear catálogos y servicios de ventas online.

Asimismo, se ha acelerado el ingreso de productos agrícolas a conocidas plataformas de E-commerce que operan en Tailandia y todo el Sudeste Asiático, tales como Shopee (https://shopee.co.th/) . Lazada (https://www.lazada.co.th/) y JD Mall (https://www.jd.co.th/)

Fuente: https://www.prachachat.net/wp-content/uploads/2018/11/collage-728x410.jpg

El market place también opera a través de redes sociales, como Facebook, el servicio de chat Line e Instagram. Se complementa con servicios que antes se ocupaban del reparto de comidas preparadas y ahora también reparten frutas y hortalizas. Estos servicios ahora operan a través de aplicaciones gratuitas que se instalan en los teléfonos celulares, como es el caso de Line Man, Grab, Lalamove y Food Panda.

Fuente: Internet
Elaboración propia

En Tailandia, las plataformas de *e-commerce* son cada vez más importantes para llegar a un público más amplio y es donde suelen publicitarse las promociones del tipo "compre *2 y pague 1" o " 3 x 2", "llévese un regalo", "entre en un sorteo " o "reciba un vale para su próxima compra"*, para lo cual hace falta invertir en material publicitario y de diseño en idioma Thai, de ser posible con apoyo de "*inluencers*".

Asimismo, en este mercado las redes sociales, las páginas web y de Facebook y los canales online y You Tube son medios frecuentemente utilizados para realizar campañas de marketing. Los importadores suelen contratar personalidades del mundo social y de espectáculos para promover el consumo y las bondades de sus productos.

En el rubro alimentos y bebidas, es muy frecuente que los importadores usen esos medios de comunicación, en idioma Thai, para hacer demostraciones de cocina, sugerir dietas, restaurantes donde consumir el producto, tiendas donde comprarlo, etc.

4.7 Clientes potenciales

Según la herramienta Export Potential Map del ITC, en 2019 el Perú tenía un potencial de crecimiento de la exportación de arándano fresco a Tailandia del orden de US$ 1.5 millones adicionales a los US$ 1.4. millones que ya exportaba. En 2020 se superó ese estimado. Pero esa herramienta también indicaba que la demanda total no satisfecha era de $4.6 millones. Asimismo, la demanda tailandesa por el arándano se estaría expandiendo a tasas anuales de 6%.

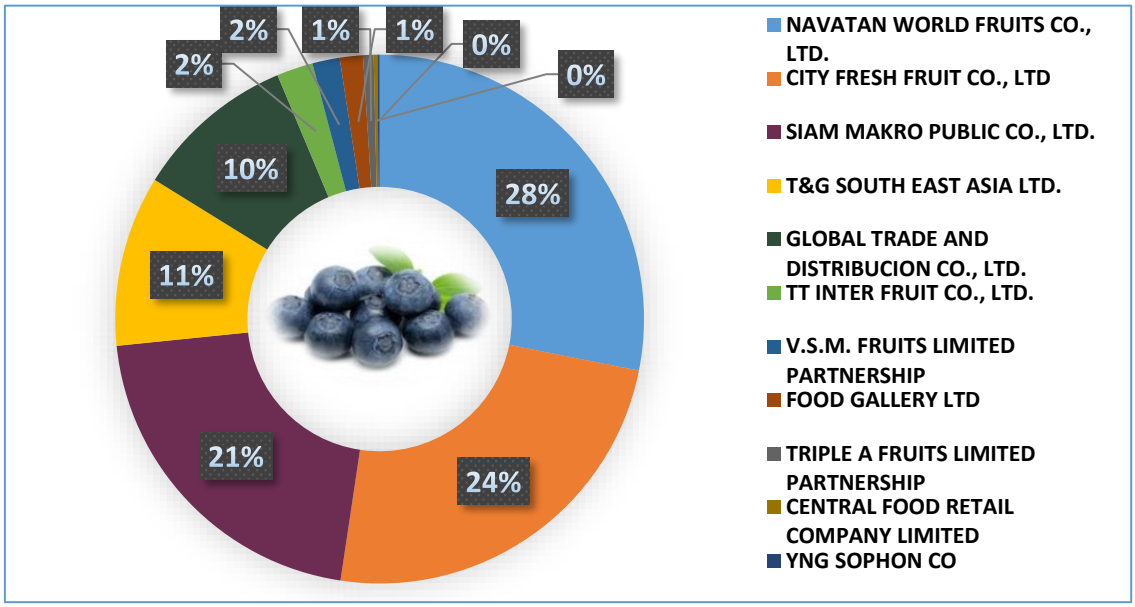
Por ello, convendría realizar acciones de profundización y ampliación del mercado, considerando que no hay producción local y el consumo se extiende durante todo el año.

Para ese efecto, convendría modular la oferta a los meses temporadas en los que los competidores que tienen un TLC con Tailandia (Nueva Zelanda, Australia, Chile, Corea y Japón) o mejor conectividad logística (China, Japón, Sudáfrica) no confluyan, para mantener precios ventajosos, que superan el promedio que obtenemos en otros mercados.

Los importadores tailandeses tendrían interés en promover un mayor consumo de esta fruta, dadas las amplias ganancias que genera la diferencia entre el precio de exportación y el de venta al consumidor final, que en algunos casos sería de US$ 40 por kilo.

Gráfico No. 21.

Once importadores tailandeses de arándano fresco procedente del Perú en 2020 (por peso)



Fuente: SENASA, Certificaciones fitosanitarias de arándanos frescos a Tailandia-.
Elaboración propia

Se observa que, los principales importadores de arándano fresco peruano en 2020, en términos del volumen, fueron los establecimientos especializados en frutas y hortalizas, principalmente Navatan World of Fruit, CityFresh Fruit y el hipermercado Siam Makro Co. Ltd. Los tres importadores citados concentran el 73% del volumen importado que totalizó 268,635 kg. en ese período. V.S.M Fruits partnerchip (Vachamon), también es una empresa muy reconocida en el medio, que importa fruta peruana y chilena y se interesa por el arándano.

Los datos de contacto de 10 de estas empresas se incluyen en el siguiente cuadro.

Cuadro No. 22.

Contactos de 10 importadores de arándanos y fruta peruana a Tailandia en 2020

	SIAM MAKRO CO. LTD. ภัควัฒน์ ทับชุมพล Mr. Phakawat Tupchumpon (Wut) Merchandise Manager - Fresh Foods (F3) Siam Makro Public Company Limited Tel : +66 (0) 2 067 8763 Fax : +66 (0) 2 067 9109 e-mail : ptupchum@siammakro.co.th www.siammakro.co.th
	CITY FRESH FRUIT CO. LTD. Mr. Wongsakorn Chatamornwong (Bill) Executive Director - Operation 8 Karnchanapisek Rd., Klong Bangbon, Bangbon, Bangkok 10150 Tel : +66 (0) 2 895 1761 e-mail : wongwongsakorn@cititex.co.th www.cityfreshfruit.com
	NAVATAN WORLD FRUITS CO,.LTD Sra. Kanokon Brahmahitadara Representante comercial 325, 140-141 Lan Luang Rd, Si Yaek Maha Nak, Dusit District, Bangkok 10300 Tel: +66 (0) 2 281 7305 e-mail: kanokon.b@nvt.co.th https://www.facebook.com/NVTColdStorage/
	VACHAMON CO. LTD. Mr. Pavin Jeeyasak Senior Manager & Head of Service Provider 15/2 Moo.8 Depkunchon 2 Rd., Klongneung, Klongluang, Pathumthani 12120 Tel : +66 (0) 2 902 9989 e-mail: pavin@vachamon.com www.vachamonfood.com

	T&G South East Asia Ltd. VICTOR ANDERSON Regional Manager – South East Asia T&G South East Asia Ltd. 14th Floor, Regent House, 183 Ratchadamri Road, Lumpini, Pathumwan, Bangkok 10330 e-mail: info@tandg.global
	Global Trade and Distribution Co.,Ltd. 99 Soi Inramara 51 Suitisan Road, Dindeang, Bangkok, Thailand 10400 Tel: +66 2 5203054 e-mail: info@globaltradebiz.com
	TT INTER FRUIT CO., LTD. Mr. Nattaphon Krongkitjakan Import Department 44/12, Moo 10, Khlong Song, Khlong Luang, Pathum Thani 12120 Tel: +668 1901 8141 e-mail: tumsk118@gmail.com
	Food Gallery LTD. Pattra Manatbunpermpul (Patt) Import Department 396 Chokchai 4 Rd. Ladprao, Bangkok 10230 Thailand Tel: (+66) 02 538 3979 # 603 Fax: (+66) 02 538 7731 Mobile: (+66) 089 206 4597 E-mail: pattra.m@foodgallery.co.th
	Central Food Retail Company Ltd. Ms. Pradthana Julkhananukit Import Manager E-mail: jupradthana@tops.co.th
	Triple A Fruit Limited Partnership Mr.Anusorn Kovitpornsin Chief Executive Officer e-mail: Kanusorn75@hotmaill.com Tel: 02 9082620 8/19 Moo.10 Khlong Nueng,Khlong Luang, Pathumthani 12120

FUENTE: Directorios de la Embajada del Perú
Elaboración propia y Sr. Sittittat Rujichock.

T & G South East Asia Ltd. y Global Trade and Distribution Co. Ltd. han importado cantidades medianas y son relativamente nuevos en el comercio de frutas peruanas. Con estos importadores podría haber también potencial de crecimiento, lo mismo que con el grupo Central Food Retail Company Limited, que es parte de la muy importante cadena de centros comerciales Central, que controla los supermercados Top. Asimismo, The Mall Group que opera los mercados Gourmet Market, parece estar incursionando en las compras directas de productos importados y el concepto "lifestyle" que es compatible con las campañas para "superfoods".

V.S.M. Fruits Ldt. Partnership, controlado por la familia Vachamon, es un importante importador de uva, palta Hass y arándanos peruanos, cuyos ejecutivos han visitado el Perú en el pasado, abastece a las cadenas de supermercados Food Gallery Ltd. y Villamarket. En 2020 importó pequeñas cantidades de arándano como precaución por la contracción del mercado debido a la pandemia. Ha indicado que preferiría otra estacionalidad para consolidar sus remesas con otras frutas peruanas o con la de otros países. Chile que canaliza a través de esa empresa fruta fresca y deshidratada, así como nueces.

También pueden incrementar su demanda los nuevos socios comerciales que importaron pequeñas cantidades de arándanos, como Global Trade and Distribution Co. Ltd., Triple A Fruits Ltd. Partnership e Yng Sophon Co.

En cuanto a los hipermercados Makro SIAM y Tesco, suelen hacen compras directas de fruta y otros productos peruanos. Pero falta explorar el servicio que ambos brindan como canal HORECA, así como el mercado intermedio de insumos para la industria alimentaria.

Los supermercados Gourmet Market, Villamarket y Foodland, suelen tener fruta y productos peruanos y han vendido arándanos importados del Perú en 2020.

También deberíamos explorar la venta en las tiendas por conveniencia, en particular en las tiendas 7 Eleven, controlado por CP Group, que opera los hipermercados Siam Makro y pronto también tendría la franquicia de Tesco.

CAPÍTULO 5: CONCLUSIONES

Debido a sus propiedades nutracéuticas, la demanda del arándano, subpartida arancelaria nacional 0810.40.00.00, se ha extendido rápidamente en todo el mundo y muchos países han recurrido a las tecnologías innovadoras en agronomía para convertirse en productores de esa fruta.

El Perú ha tenido gran éxito en el manejo agronómico y genético del arándano y tiene cultivos maduros en plena producción y con alto rendimiento, principalmente en La Libertad, Lambayeque y Lima, así como posibilidades de ampliar ese cultivo.

Las variedades procedentes de viveros que garantizan la salud de las plantas y generan positivos eslabonamientos productivos y de marketing internacional, proporcionan un buen "mix" para manejar las distintas condiciones climáticas, brindar estacionalidad amplia, mejorar la duración de la fruta y satisfacer el gusto de distintos mercados.

Los volúmenes de esta exportación han crecido exponencialmente y la contra-estacionalidad ha permitido que el arándano peruano acceda con buenos precios a los mercados tradicionales como son EE.UU. y Europa, y recientemente China y Asia.

La alta concentración, el ingreso de nuevos proveedores internacionales y la sobreoferta pueden crear un riesgo de medidas proteccionistas y han llevado a la baja de precios, aun cuando la demanda por arándanos sigue expandiéndose.

El dinamismo y tamaño del mercado asiático han despertado el interés de los exportadores. Tailandia es la segunda economía más grande del Sudeste Asiático. Tiene una población de casi 70 millones de habitantes, cuyos ingresos están mejorando, 3 millones de trabajadores y residentes extranjeros y casi 40 millones de turistas (2019).

La tendencia global a consumir alimentos nutritivos y saludables (superfoods o nutracéuticos) está arraigando entre los consumidores tailandeses, cuya mayoría budista tiende a consumir alimentos de origen vegetal. Esta tendencia se ha fortalecido aún más a raíz de la pandemia COVID-19.

Tailandia no produce arándanos, pero en la última década el consumo de esa fruta fresca y de la fruta deshidratada o congelada para insumo de alimentos procesados se ha extendido, por ser considerada un superalimento. Además, su bajo contenido de azúcar, sabor agridulce y color atraen al consumidor Thai.

Desde que el Perú empezó a exportar arándanos frescos a Tailandia (2014), el volumen de esas exportaciones y su valor se han incrementado y la demanda sigue en aumento.

En 2020, las exportaciones totales de esta fruta a Tailandia alcanzaron un valor FOB de US$ 5,896 millones, un peso de más de 529 toneladas, precios FOB de US$ 7.10 mil y CIF de US$ 11.3 mil por tonelada, por encima del promedio de US$ 5.66 obtenido en nuestros 10 principales mercados y del promedio internacional.

El arándano fresco que exporta el Perú a Tailandia se beneficia del régimen de exención arancelaria vigente, cuyo valor es de 60% a 40% del valor CIF de la carga. Ello brinda una ventaja competitiva con relación a exportadores de otros países.

Esa fruta no está sujeta a medidas de remediación ni a un protocolo fitosanitario ad hoc en Tailandia, donde los requisitos principales para importar arándano fresco son:

- Licencia de importación
- Certificado de origen y fitosanitario
- Cumplir con las regulaciones sobre niveles de residuos máximos de pesticidas
- Cumplir con normas de la FDA sobre selección, empacado y etiquetado del producto.
- Algunos compradores requieren el certificado GLOBALG.A.P. o equivalente.

El producto peruano ingresa en una amplia ventana estacional de julio a febrero, en la que hay ausencia de otros competidores que, por su cercanía o facilidades logísticas, podrían transportar el producto por vía marítima sin afectar mayormente su frescura y plazo de expiración. Esta ventana podría incluso ampliarse.

La alta dependencia del transporte aéreo de la fruta de origen peruano encarece sus costos, pero asegura la calidad del producto. Lo propio sucede con, el empaque de cartón y el uso de *clam shells* de material reciclable que aseguran buenas condiciones de respiración del arándano y su preservación.

Las *clam shells* satisfacen la demanda del consumidor en unidades preferencialmente de 125 g., porción apropiada para un “snack” de fácil acceso y consumo directo y facilita amplios márgenes de ganancia para el importador/ comercializador del producto.

El Perú es actualmente el líder de los proveedores de arándanos a Tailandia, lo que lo ha posicionado en la cartera de productos de los principales importadores especializados en frutas y hortalizas y de los hipermercados, quienes ya vienen colocando nuestro producto en supermercados y canales online.

No obstante, falta profundizar este posicionamiento en algunas cadenas locales, tiendas de conveniencia, el mercado mayorista de productos frescos Talad Thai que abastece a vendedores del mar*ket place* y ferias locales. Otros canales de *e-commerce*, requerirían tener capacidad logística de almacenaje local del producto.

Para ampliar la oferta a este mercado, debe haber mayor presencia de los exportadores en ferias importantes, destacando THAIFEX ANUGA ASIA y se debe invitar a compradores tailandeses a Expoalimentaria.

Asimismo, en alianza con los exportadores, gremios, importadores, canales de distribución, la Embajada del Perú y la OCEX, se pueden realizar eventos B2B, campañas con medios especializados, degustaciones y promociones en supermercados, *market place* y redes sociales, que incidan en la vinculación de origen del arándano fresco peruano, su condición de *superfood* y su versatilidad para diversas preparaciones de alimentos y bebidas

El trabajo identifica diez de las principales empresas tailandesas que importan arándanos y/u otras frutas peruanas y que podrían comprar mayores volúmenes y proporciona sus datos de contacto.

CAPÍTULO 6: RECOMENDACIONES

Mantener los eslabonamientos productivos y de marketing con empresas proveedoras de insumos y servicios conexos de manejo agronómico y de marketing del producto, ya que aseguran la buena salud de los huertos, la calidad uniforme de la fruta y sus características; y facilitan la logística y el acceso a canales de comercialización.

Para proteger los precios competitivos a nivel internacional, considerar el retiro de la sobre-oferta de arándano fresco incentivando el consumo doméstico, la conversión del excedente en insumos congelados, deshidratados, liofilizados y otros para uso en la industria alimentaria y cosmética y el canal HORECA.

Con igual propósito, evaluar mejoras a la calidad para diferenciarse internacionalmente, elegir las variedades que satisfacen al gusto local, y considerar la conveniencia de acceder a certificaciones para productos orgánicos y productos saludables.

Mientras se explora nuevas tecnologías para preservar la vida, frescura y empacado del producto, mantener el transporte aéreo del arándano fresco a Tailandia para evitar que llegue marchito y tenga una buena vida útil en las condiciones tropicales del clima local.

Mantener la presentación del producto en porciones de 125 g. que proveen un snack que debe tener apariencia atractiva, consistencia firme (*crisp*), buen *Bloom* y color, ser bajo en azúcar, con buen sabor y algo de acidez.

Cumplir estrictamente las regulaciones sobre inocuidad alimentaria, en particular las referidas a residuos de pesticidas y buenas prácticas de procesamiento, para evitar un monitoreo estricto al producto/país en caso de incumplimiento.

Asimismo, tener presente las crecientes preocupaciones sobre la sostenibilidad de toda la cadena de valor del producto como son el uso de recursos, factores sociales, laborales y medioambientales, incluyendo el uso de empaques biodegradables..

Para lograr un mayor posicionamiento es estos interesantes mercados potenciales, considerar estrategias de marketing simultáneas en China, Japón, Corea y el Sudeste de Asia. Por ejemplo, la participación de exportadores en las ferias THAIFEX ANUGA ASIA y Food Hotel Thailand en

Bangkok. También la organización de misiones comerciales regionales, vinculadas a la participación en ferias como Asia Fruit Logistica.

Extender invitaciones pagadas a "compradores" a las principales empresas importadoras tailandesas de frutas y alimentos en ferias realizadas en el Perú, como EXPOALIMENTARIA para y considerar también tours para invitados de medios especializados.

Mantener la campaña "*Superfoods Perú*", concepto que empalma con la tendencia del consumidor tailandés a demandar alimentos nutracéuticos, incidiendo y validando el origen y calidad del producto y sus características antioxidantes, fortalecedoras del sistema inmunológico, dietético y nutricional.

En ese contexto, en alianza con los principales exportadores, gremios, importadores, canales de distribución de fruta fresca, la Embajada del Perú y la OCEX (PROMPERU), se pueden realizar degustaciones para importadores y medios especializados, promociones en supermercados, hoteles, el *market place* y las redes sociales.

Organizar reuniones B2B de acercamiento a la cadena Big C y a los supermercados Tops, Max Value, UFM Fuji, así como al grupo CP que gestiona las tiendas de conveniencia 7 Eleven, que todavía tienen muy poca o ninguna fruta peruana en sus góndolas.

Asimismo, se podría explorar el acceso a distribuidores de fruta Premium para regalo, cuya demanda está vinculada festividades religiosas y culturales.

Ayudar a los importadores a vincularse con los canales HORECA, la industria alimentaria y cosmética.

Considerar también la posibilidad de ingresar en plataformas comerciales regionales de e-commerce . Considerando la distancia desde nuestro país, sería necesario establecer alianzas de representación, para contar con stocks de productos almacenados localmente.

Los exportadores deben mantener contacto constante con el importador tailandés por medios virtuales, visitas en ferias y otros medios, para informarse oportunamente de cambios en la legislación local, retroalimentar sus procesos y tomar nota de tendencias del consumo, oportunidades y aspectos que corregir en sus próximas exportaciones.

BIBLIOGRAFÍA

ADEX. (2020)**.** Envíos no tradicionales a Tailandia sufren caída. Perú Exporta, Vol. 372, p. 4.

ADEX. (2020). El éxito de los arándanos peruanos al cierre del 2019, de Sitio Web accedido el 23/01/2021, CIEN DE ADEX, Sitio Web: https://cien.adexperu.org.pe/wp-content/uploads/2020/01/%c3%89XITO-DE-LAS-EXPORTACIONES-DE-ARANDANOS-2019-IS_IC_01.02.20.pdf

ADEX DATA TRADE. (2021) Base de datos. http://www.adexdatatrade.com/

AUSTRADE. (2019), Market Insight: Cultural Festivals and events featuring fruit as gifts or offerings, Bangkok, Australian Government Austrade.

BOARD OF INVESTMENT OF THAILAND, BOI, https://www.boi.go.th/index.php?page=demographic , accedido el 7/02/21

CENTRE FOR THE PROMOTION OF IMPORTS FROM DEVELOPING COUNTRIES (CBI). (2021). The European market potential for fresh blueberries, 13/03/2021, de CBI Sitio Web: https://www.cbi.eu/market-information/fresh-fruit-vegetables/blueberries/market-potential

CIA FACT BOOK (2020), The World Fact Book, 30/01/2021, de Sitio Web: https://www.cia.gov/the-world-factbook/

CORVERA, Luis. (2020). El arándano peruano alcanza el liderazgo mundial. 11/03/2021, de Redagrícola Sitio web: 10/03/2021, https://www.redagricola.com/pe/arandano-peruano-alcanza-liderazgo-mundial/

CHATAMORNWONG, Wongsakorn. (2017). Influence of marketing and branding on imported fresh fruits on Thai consumers, Bangkok, Thammasat University, de Sitio Web: http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2017/TU_2017_5902040020_8405_6768.pdf

BADRAKOM, Chayada. (2018). Trends in Dietary Patterns and Consumer Policies inThailand, Bangkok, de Kasetsart University, Bangkok, Sitio Web: https://ap.fftc.org.tw/article/1317

BAGUL, Katharina y Jaaren KOERTEN. (2019) Mindful Eating and the New Food Beliefs, de EUROMONITOR. Sitio Web: https://blog.euromonitor.com/mindful-eating-and-the-new-food-beliefs/

BAGUL, Katharina, KOERTEN y REES. (2020) Evolving Trends in Food and Nutrition in 2019, de EUROMONITOR - ANUGA. Sitio Web: https://go.euromonitor.com/anufood20.html

FAO STAT. (2021) Base de datos. http://www.fao.org/faostat/en/#data

FRESH FRUIT PORTAL. (2021) Peruvian blueberries exports increased during 2020-21 season, 11/03/2021, de FreshFruitPortal.com Sitio Web: https://www.freshfruitportal.com/news/2021/03/04/peru-blueberry-exports-increased-during-2020-21-season/

FRESH FRUIT PORTAL. (2021) South American blueberry exporters aim to boost blueberry demand in global markets, 01/03/2021, de FreshFruitPortal.com Sitio Web:

https://www.freshfruitportal.com/news/2021/02/16/south-american-exporters-to-boost-blueberry-demand-in-new-markets/

FRESH FRUIT PORTAL. (2021) Driscoll's adopts new technology to measure and reward berry sweetness 11/03/2021, de FreshFruitPortal.com Sitio Web: https://www.freshfruitportal.com/news/2021/02/17/driscolls-adopts-new-technology-to-measure-and-reward-berry-sweetness/

FRESH FRUIT PORTAL. (2021) U.S. and international blueberry industry reaction to historic ITC ruling 11/03/2021, de FreshFruitPortal.com Sitio Web: https://www.freshfruitportal.com/news/2021/02/12/u-s-and-international-blueberry-industry-reaction-to-historic-itc-ruling/

FRESH FRUIT PORTAL. (2021) As South African blueberry exports rise, so does use of sea freight, 11/03/2021, de FreshFruitPortal.com Sitio Web: https://www.freshfruitportal.com/news/2021/02/11/as-south-african-blueberry-exports-rise-so-does-use-of-sea-freight/

FRESH FRUIT PORTAL. (2021) Time for the blueberry industry of the Americas to come to the tableh11/03/2021, de FreshFruitPortal.com Sitio Web: https://www.freshfruitportal.com/news/2021/02/17/time-for-the-blueberry-industry-of-the-americas-to-come-to-the-table/

FRESH FRUIT PORTAL. (2021) Compostable packing to extend fresh product´s shelf life. 21/02/2021, de FreshFruitPortal.com Sitio Web: https://www.freshfruitportal.com/news/2021/02/04/compostable-packaging-extend-fresh-produce-shelf-life/

FRESH FRUIT PORTAL. (2021) Chilean blueberries receive Heart-Check certification, 12/02/2021, de FreshFruitPortal.com Sitio Web: https://www.freshfruitportal.com/news/2021/01/21/chilean-blueberries-receive-heart-check-certification/

FRESH FRUIT PORTAL. (2020) Peruvian protests: 'Normal operations to resume' after protests, harvest delays - AGAP, 21/02/2021, de FreshFruitPortal.com Sitio Web: https://www.freshfruitportal.com/news/2020/12/07/peruvian-protests-normal-operations-to-resume-after-protests-harvest-delays-agap/

FRESH FRUIT PORTAL. (2019) Peruvian blueberries: First shipments take place with season running late. 05/02/2021, de FreshFruitPortal.com Sitio Web: https://www.freshfruitportal.com/news/2019/08/19/peruvian-blueberries-first-shipments-take-place-with-season-running-late/

FRESH PLAZA. (2020). Overview Global Blueberry market. 26/01/2021, de Fresh Plaza Sitio Web: https://www.freshplaza.com/article/9259257/overview-global-blueberry-market/

MINAGRI. (2021). El agro en cifras, Vol. Dic. 2020, po. 10,12,14,38

MINAGRI SIEA (2021) Base de datos, de Sitio Web:. www.siea.minagri.gob.pe

OFICINA ECONÓMICA Y COMERCIAL DE LA EMBAJADA DE ESPAÑA EN BANGKOK. (2019). Informe e-País en Tailandia. Bangkok: ICEX España.

OFICINA ECONÓMICA Y COMERCIAL DE LA EMBAJADA DE ESPAÑA EN BANGKOK. (2020). Guía de país: Tailandia. Bangkok: ICEX España.

OFICINA ECONÓMICA Y COMERCIAL DE LA EMBAJADA DE ESPAÑA EN BANGKOK. (2020). Estudio de mercado: El mercado de frutas y hortalizas en Tailandia. Bangkok: ICEX España.

PROMPERU. (2021), Base de datos, de Sitio Web http://ram.promperu.gob.pe/

SENASA. (2021) Base de datos, de https://servicios.senasa.gob.pe/consultaRequisitos/consultarRequisitos.

SUNAT. (2021) Base de datos, de Sitio Web: http://www.aduanet.gob.pe/operatividadAduana/

THAI CUSTOMS. (2021). Base de datos, de Sitio Web: www.customs.go.th

TRADE MAP. (2021) Base de datos, de Sitio Web: www.trademap.org

VERITRADE . (2021). Base de datos, de Sitio web https://www.veritradecorp.com/en