



INFORME FINAL

PROYECTO FIA ES-C-2005-1-A-096

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD TÉCNICO-ECONÓMICA PARA LA PRODUCCIÓN E INSERCIÓN DE RADICCHIO DI TREVISO EN MERCADOS DE EXPORTACIÓN”



**FUNDACION FACULTAD DE CIENCIAS AGRONOMICAS
UNIVERSIDAD DE CHILE**

I. ANTECEDENTES GENERALES

NOMBRE DEL ESTUDIO:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD TÉCNICO-ECONÓMICA PARA LA PRODUCCIÓN E INSERCIÓN DE RADICCHIO DI TREVISO EN MERCADOS DE EXPORTACIÓN”

LÍNEAS TEMÁTICAS:

Las líneas temáticas en las que se inserta el presente proyecto son las siguientes:

1. **“Diversificación”**, por cuanto se trata de estudiar el mercado potencial para un producto que se pueda incorporar desde el extranjero como una nueva alternativa y forma de cultivo de una hortaliza, como es el radicchio de Treviso, que se prevé que puede ser especialmente adecuada para cultivarla bajo las condiciones de la región costera, con influencia marítima, de la zona central del país.
2. **“Aumento de la calidad, productividad y rentabilidad mediante innovaciones en el manejo productivo”**, por cuanto, si los resultados del estudio de mercado arrojan perspectivas favorables para introducir este cultivo al país, cuando esto último ocurra el proceso de forzado se incorporará como una innovación necesaria en el manejo productivo de este cultivo constituyente de las prácticas culturales indispensables para generar la calidad y las condiciones del producto de acuerdo con los requerimientos de la demanda.
3. **“Generación y comercialización de productos con mayor valor agregado”**, considerando que, además de lo señalado en el punto anterior, si se prueba que el rubro resulta rentable para fines de exportación, se introducirá al país una nueva alternativa hortícola para la cual se establecerán las condiciones técnicas durante las etapas de transporte, y comercialización y distribución en destino que son más apropiadas para exportar el radicchio de Treviso a los mercados demandantes..
4. **“Calidad y diferenciación de los productos”**, por cuanto es perfectamente factible que una vez introducido este cultivo al país se pueda identificar al radicchio de Treviso chileno como un producto perfectamente diferenciable, que contará con protección de propiedad intelectual, que permita establecer diferencias de valores respecto a otros productos de similares características.

RUBRO(S):

El rubro al que corresponde la ejecución de este proyecto es el de las "Hortalizas"

REGION(ES) DE EJECUCIÓN:

No aplicable

FECHA DE INICIO (dd/mm/aaaa):	15/12/2005
FECHA DE TÉRMINO (dd/mm/aaaa):	31/07/2006
DURACIÓN (meses)	7,5 meses

AGENTE POSTULANTE O EJECUTOR

- Nombre : Universidad de Chile
- RUT : 60.910.000-1
- Dirección : Santa Rosa 11.315
- Región : RM
- Ciudad : Santiago
- Fono : 678 5716
- Fax : 678 5813
- E-mail : prodag@uchile.cl
- Web : www.uchile.cl
- Cuenta Bancaria (Tipo, N°, banco) :

AGENTES ASOCIADOS

- Nombre : Fedefruta - Hortach
- RUT : 71.261.500-1
- Dirección : San Antonio 220 Oficina 301.
- Región : Metropolitana
- Ciudad : Santiago
- Fono : 2-5854500
- Fax : 2-5854501
- E-mail : evalenzuela@fedefruta.cl
- Web : www.fedefruta.cl
- Cuenta Bancaria (Tipo, N°, banco) :

(Se deberá repetir esta información tantas veces como números de asociados participen)

REPRESENTANTE LEGAL DEL AGENTE POSTULANTE

(Completar además los datos personales en la Ficha del Anexo 1)

- Nombres y Apellidos : Mario Silva Genneville
- Dirección y Comuna : Santa Rosa 11.315, La Pintana
- Región : RM
- Ciudad : Santiago
- Fono : 678 5716
- Fax : 678 5813
- E-mail : msilva@uchile.cl

- Firma : _____

REPRESENTANTE LEGAL DEL AGENTE ASOCIADO

- **Nombres y Apellidos** : Alejandro Cifuentes
- **Dirección y Comuna** : Parcela No 2, Lo Arcaya, Colina
- **Región** : RM
- **Ciudad** : Santiago
- **Fono** : 2-844 8988
- **Fax** : 2-844 8988
- **E-mail** : citarr@chile.com



- **Firma** : _____

(Se deberá repetir esta información tantas veces como números de asociados participen)

COSTO TOTAL DEL ESTUDIO (Valores Reajustados)	: \$	25.110.000.-=		
FINANCIAMIENTO SOLICITADO A FIA (Valores Reajustados)	: \$	18.550.000. =	73,9	%
APOORTE DE CONTRAPARTE (Valores Reajustados)	: \$	6.560.000. =	26,1	%

II. RESUMEN EJECUTIVO

La finalidad básica de este proyecto fue evaluar la potencialidad comercial que presenta el radicchio Tardivo di Treviso en los mercados de interés considerados de mayor importancia, con el fin de establecer la viabilidad económico-comercial de establecer el cultivo en Chile, como una alternativa para los horticultores del país. Esto como una etapa previa a que posteriormente se verifique la factibilidad técnica y de realizar la validación de las perspectivas comerciales establecidas en este estudio, a través de operaciones de exportación tipo piloto que ratifiquen o rectifiquen los resultados del presente estudio.

El procedimiento metodológico utilizado en el presente estudio comprendió básicamente la recopilación de la información primaria y secundaria disponible sobre el tema, tanto a través de Internet, como mediante visitas a los principales mercados y contactos con entendidos en la materia, a partir de lo cual se procesó y analizó los antecedentes recopilados para extraer finalmente las conclusiones que se consideraron relevantes para las perspectivas comerciales del rubro.

En la ejecución del estudio se incluyó el **estudio de mercado propiamente tal**, que, como se señaló en la presentación de este informe, constituye la base fundamental de la presente investigación.

En este caso se recurrió, en primer término, a recopilar la información disponible en Internet sobre precios y volúmenes de comercialización en los mercados donde fue posible obtener esta información, sobre distribuidores y comercializadores, así como también respecto a áreas de producción y organizaciones que agrupan a productores de radicchio en los principales países productores.

Todos estos antecedentes se recopilaron con el fin de que, a través de ellos, se pudiese contar con la información básica para desarrollar la etapa de recopilación de antecedentes primarios que se realizó a través de entrevistas a diferentes agentes relevantes de los principales mercados donde se comercializa este producto.

Así en esta etapa de recopilación de antecedentes primarios se visitó el mercado de Italia, en particular la zona del Veneto, donde se concentra la mayor parte de la producción italiana y mundial de radicchio di Treviso, procediendo a entrevistarse con académicos de la Universidad de Padova, con productores de la zona y con comercializadores y distribuidores del mercado de abastos de Padova, lugar donde se transa el mayor volumen mundial de este producto.

Todo esto permitió contar con una gran cantidad de antecedentes, bastante específicos, sobre producción, comercialización, canales de distribución y diversos otros aspectos técnicos y comerciales de este producto que se proporcionan en forma detallada en la sección correspondiente.

Igual procedimiento se utilizó en el caso del mercado de Estados Unidos, donde las zonas visitadas fueron California (Los Angeles) y Florida (Miami).

Para efectos prácticos de la investigación del mercado del radicchio Tardivo di Treviso en este trabajo también se consideró un **estudio legal** sobre protección de propiedad intelectual que fue realizado por un estudio de abogados especialista en estos aspectos, que recopilaron antecedentes y procesaron la información disponible respecto al nivel de protección existente para la denominación de origen radicchio Tardivo di Treviso en los potenciales mercados de destino.

El tercer estudio se refirió a un **estudio técnico**, cuya información primaria recopilada se basó esencialmente en la experiencia propia del autor del estudio, así como a través de su vinculación con otros productores nacionales del rubro, teniendo presente su relación de pertenencia a Hortach, una organización gremial dependiente de Fedefruta y que agrupa a los productores hortícolas del país. La información secundaria se recopiló a través de una exhaustiva revisión bibliográfica sobre la materia, haciendo especial énfasis en contar con información actualizada que estuviese disponible en Internet.

El resultado completo de todas estas investigaciones y de los análisis correspondientes se entrega en la sección III. Informe Técnico del presente informe.

Las principales conclusiones de los tres estudios efectuados durante el desarrollo del presente trabajo se resumen en los siguientes puntos:

1. El radicchio Tardivo di Treviso, con todas las implicaciones técnicas que su cultivo y producción involucra, es factible de producir en forma rentable en Chile en zonas de riego, destinando su cosecha a la exportación a los mercados de Italia y Estados Unidos. Sin embargo, el proceso de blanqueamiento o etiolación, en la parte técnica, y el bajo conocimiento del mercado, en la parte comercial, son las mayores dificultades a superar.
2. Las limitaciones legales existentes para la exportación del radicchio Tardivo di Treviso pueden solucionarse a través de la exportación de radicchio, como producto genérico.
3. Existe una ventana muy atractiva de negocio para el radicchio Tardivo di Treviso.
4. Los precios del radicchio Tardivo di Treviso y discontinuidad del abastecimiento a lo largo del año, hacen que sea de gran interés probar este cultivo en Chile, sobre todo considerando que el alto valor del radicchio Tardivo di Treviso permite enviarlo por transporte aéreo, el cual permitiría incursiones en escalas moderadas. Bajo el supuesto de que en el período de contra estación en Italia se puede consumir el 50% de lo que se demanda en plena temporada, estas escalas moderadas serían la producción equivalente a no más de 200 hectáreas, nivel que de sobrepasarse podría arriesgar que el comportamiento de los precios se hiciese negativo.

5. Conforme a lo anterior, se estima que la demanda italiana por radicchio Tardivo di Treviso podría llegar a comprometer la producción de no más de 200 hectáreas, en tanto que para Estados Unidos se requerirían alrededor de 60 hectáreas.
6. La producción de radicchio, en particular del Tardivo di Treviso, puede considerarse un ejemplo típico de lo que es generar productos de alto valor agregado en unidades pequeñas de producción.
7. Con apoyo y una cadena este cultivo puede llegar a ser una alternativa bastante apropiada para pequeños productores hortícolas de la Agricultura Familiar Campesina (AFC).
8. Hay un trabajo importante que hacer en esta tipología pero también en el resto de estudiar de mejor manera la relación semilla-zona para mejorar sustancialmente los rendimientos.
9. A nivel de disponibilidad de calidad de semilla hay que indicar que no hay programas serios de producción de ellos con excepciones muy aisladas. Si Chile está con una capacidad y costos que permiten hacer mejoramiento genético, esta especie sería una de las que hay que considerar.
10. Este producto tiene un alto precio en Italia, casi tres veces más que el resto de las topologías, como se apreció anteriormente. No tienen producción todo el año por sus requerimientos climáticos específicos. Su adaptabilidad geográfica es menor ya que requiere climas más suaves y frío, a diferencia del resto que tiene una mejor adaptabilidad.
11. A nivel de productor es un negocio mucho mejor que el resto de los radicchios y permite incluso el envío área (ver Anexo 3).
12. Para esta tipología se ha calculado en un escenario moderado de US\$ 4 por kilo. de venta en Italia, y US\$ 2,7 por kilo. de retorno a productor en Chile una rentabilidad de 19.163 US\$/ha, versus los 2.580 US\$/ha que puede dejar un buen escenario de Chioggia (ver Anexo 3).
13. En Veneto hay una capacidad de 400 hectáreas. Si Chile logra abastecer en contra estación y cubriera solo la mitad de la demanda en su propia estación, estaríamos hablando de 200 hectáreas en Chile, la mitad de lo que hay del tipo Chioggia, con ingresos para Chile de 76,6 millones de dólares.
14. Los desafíos mayores están en generar un acuerdo de poder de compra con una empresa Italiana (hay ya una interesada) y ver si el producto es capaz de llegar por barco en buenas condiciones. Se sabe que por avión no tiene problemas.
15. Otra alternativa a estudiar es enviar la planta bruta y hacer el forzado en Italia. Debido a las características de este estudio esto es algo que se visualiza como alternativa para un mercado potencial, pero la factibilidad técnica de realizar este envío de plantas brutas, sus costos de producción y de envío debieran ser aspectos a abordarse a través de dicho estudio.
16. Por último se baraja también la posibilidad de darle una mayor elaboración a este producto y enviarlo en conserva, al agua o en aceite,

- ya que su consumo final es en cocina u horno y no en fresco directamente
17. Los precios del radicchio Tardivo di Treviso en Italia y la falta de continuidad todo el año, hacen sumamente atractivo probar este cultivo, el cual permitiría incursiones en escalas moderadas, ya que el valor del transporte aéreo lo permite.
 18. En cuanto a Estados Unidos se puede señalar que la superficie y los volúmenes de radicchio que se comercializan en Estados Unidos con relación a otros productos hortícolas es aún poco significativa. No obstante se visualiza un futuro importante en el consumo de vegetales procesados, donde el radicchio indudablemente es una posibilidad interesante. De todos modos cabe destacar que Chile tiene un competidor muy importante en Guatemala y Honduras, por lo que habrá que ser cuidadosos respecto de aumentar mucho la superficie de radicchio Chioggia y/o Verona en Chile, aunque para seguir ocupando un nicho en un mercado como este es necesario producir productos hortícolas de mayor nivel tecnológico y valor agregado. Tal es el caso de Tardivo di Treviso.
 19. En Italia y Estados Unidos se detectó interés de empresas distribuidoras y comercializadoras por probar operaciones con radicchio Tardivo di Treviso proveniente de Chile.
 20. Las investigaciones de mercado realizadas permiten plantear que es altamente conveniente llevar a cabo la etapa de validación de estos resultados a través de la realización de una experiencia tipo piloto que permita verificar las condiciones técnicas de producción de radicchio Tardivo di Treviso en Chile y validar los resultados comerciales mediante exportaciones demostrativas de las condiciones de cada mercado. Por ello se propone fuertemente seguir adelante con un estudio técnico que permita despejar las dudas que pudieran haber del desarrollo de Tardivo di Treviso en Chile, especialmente con relación a su capacidad de viaje y capacidad de ser trabajado en agroindustria

III. INFORME TÉCNICO

III.1. Objetivos del proyecto

Para el estudio de mercado que se planteó desarrollar en el presente proyecto se postularon los siguientes objetivos.

III.1.1. Objetivo General

Estudiar las potencialidades comerciales, particularmente en el mercado de exportación, que tendría una nueva alternativa de producción hortícola, contribuyendo a ampliar la gama de posibilidades exportables para los productores nacionales de este rubro. Se estima que esto es particularmente importante teniendo en cuenta que Chile se caracteriza por cultivar anualmente unas 125.000 hectáreas de especies hortícolas, de las cuáles son sólo 4 (ajo, cebolla, espárrago y orégano) las que destacan dentro del sector exportador en fresco. Por consecuencia se considera de gran interés contribuir a la diversificación de la oferta exportadora del sector hortícola chileno.

III.1.2. Objetivos Específicos

Por otra parte, asociado a lo anterior y como objetivos específicos de este estudio se plantearon los siguientes:

III.1.2.1. Realizar un estudio de mercado tendiente a dimensionar y caracterizar la demanda potencial por radicchio di Treviso producido en Chile, en los mercados de Italia y Estados Unidos..

En este estudio de mercado se puso especial énfasis en

- a. Identificar los atributos específicos que permiten que el consumidor de los mercados objetivo diferencie al Radicchio de Treviso de otros tipos de radicchio.
- b. Establecer la eventual presencia de estacionalidad en la demanda por este producto y determinar los factores a los cuáles ésta obedecería.
- c. Identificar potenciales competidores y recabar información respecto de la oferta de Radicchio de Treviso desde otros países del Hemisferio Sur a los mercados objetivo del Estudio.
- d. Dimensionar la demanda insatisfecha por esta hortaliza en los mercados objetivo y definir qué proporción de ella podría cubrirse con producción nacional.

III.1.2.2. Indagar respecto a las restricciones relacionadas con derechos de propiedad industrial que tendría el radicchio di Treviso, considerando que es un producto que en Italia presenta una Indicación Geográfica Protegida (IGP) (Indicazione Geográfica Protetta).

Para este objetivo contrató una asesoría legal especializada que estableció tales restricciones y las condiciones para subsanar dicha protección, de modo de definir con precisión los puntos críticos en el desarrollo de una estrategia de promoción e introducción de esta nueva especie al mercado de exportación.

III.1.2.3. Estimar las eventuales condiciones económicas y técnicas que habría en Chile para la producción de radicchio di Treviso.

En este aspecto se procedió a:

- a. Evaluar económicamente la aplicación del paquete tecnológico con los antecedentes existentes en Chile en otros Radicchios (cultivo similar) y endivias (que se someten a un proceso de forzado)
- b. Analizar el perfil de productores que se requiere para el cultivo y comercialización de esta especie, intentando dimensionar la masa crítica de agricultores que potencialmente cumplen con ese perfil y proyectar en función de eso la oferta potencial por parte de nuestro país, cruzando esta información con los antecedentes de demanda insatisfecha.

III.2. Metodología del Proyecto

La metodología que se utilizó en el presente estudio para dar cumplimiento a los objetivos específicos planteados, contempló las actividades y/o procesos que se describen a continuación.

Objetivo III.1.2.1.

Realizar un estudio de mercado tendiente a dimensionar y caracterizar la demanda potencial por radicchio di Treviso que podría producirse en Chile en los mercados de Italia y Estados Unidos.

Para cumplir este objetivo se cumplieron las siguientes etapas:

I. Recopilación de información.

- a. Información primaria.

Esta información se recopiló a través de viajes para conocer los mercados de Italia y Estados Unidos, donde se entrevistó a importadores y comercializadores de radicchio di Treviso, quienes fueron previamente identificados y contactados por vía electrónica. La estadía en cada mercado fue en torno a una semana de duración, tiempo considerado suficiente para recopilar la información relevante.

En el caso de Estados Unidos, se visitó tanto la Costa Este como la Oeste, y en Italia la recopilación de la información se concentró específicamente en la zona del Veneto.

La información que se recopiló para esta etapa del estudio se refirió básicamente a:

- Precios en destino
- Costos de transporte, distribución y comercialización
- Estimación del tamaño de los mercados
- Caracterización específica del producto comercializado
- Estacionalidad de la demanda y averiguar si esta obedece a condiciones propias de la demanda o a características de la oferta
- Características y condiciones de otros proveedores de radicchio di Treviso a cada mercado.

Las actividades de esta etapa fueron realizadas por la Fundación Facultad de Ciencias Agronómicas de la Universidad de Chile, que cuenta con un staff profesional de primera línea para realizar este tipo de estudios. El equipo técnico del proyecto supervisó las actividades a realizar por la Fundación y entregó los lineamientos de las actividades. Esta etapa tuvo una duración de 3 meses, aproximadamente.

b. Información secundaria

La información secundaria, que en este estudio se utilizó como complemento de la primaria, se recopiló por el equipo técnico profesional integrante de este proyecto y se hizo básicamente a través de revisión bibliográfica y de los medios electrónicos disponibles.

Esta recopilación apuntó básicamente a los mismos objetivos descritos para el caso de la información primaria, con especial énfasis en la descripción de mercados que pueda conseguirse para los países que constituyen la finalidad de este estudio. El desarrollo de esta etapa tuvo una duración de 2 meses, aproximadamente.

II. Análisis de la información recopilada. Emisión de informe y difusión

Una vez finalizada la etapa de recopilación de información de mercado (primaria y secundaria), ésta se procesó y analizó, evaluando el potencial comercial que se vislumbró específicamente para el radicchio di Treviso, previendo su establecimiento en el país como una hortaliza para exportación. El análisis completo de la información recopilada lo desarrolló el equipo técnico del proyecto, quienes tienen amplia experiencia en análisis de información y elaboración de estudios de mercado. Se prevé que esta etapa tendrá una duración de 1 mes.

Sobre dicha base, para cada mercado contemplado en este estudio se hizo una descripción de sus características específicas; volúmenes demandados y precios obtenidos por épocas del año; mecanismos de distribución y comercialización; etc., estimando los potenciales volúmenes y precios a los que podría exportar Chile hacia dichos mercados. Estos antecedentes constituyeron la base del Informe final que se entrega en el presente documento y cuyos principales resultados se difundieron a productores a través de un evento del tipo seminario que se realizó en dependencias de la Facultad de Ciencias

Agronómicas de la Universidad de Chile el 31 de julio recién pasado. Tanto la organización como la realización del seminario de difusión estará a cargo del equipo técnico del proyecto.

Objetivo III.1.2.2.

Indagar respecto a las restricciones relacionadas con derechos de propiedad industrial que tendría el radicchio di Treviso, considerando que es un producto que en Italia presenta una Indicación Geográfica Protegida (IGP) (Indicazione Geográfica Protetta).

Para dar cumplimiento a este objetivo se contrató a un abogado especialista en materias de derechos de propiedad intelectual en el campo internacional, quien estudió y determinó todas las restricciones de esta naturaleza que pueden existir para comercializar el radicchio di Treviso que eventualmente se producirá en Chile y estableció todas las condiciones legales necesarias para subsanar tales dificultades. El abogado que se contrató, para que cumpliera con este objetivo según lo deseado, fue un especialista en áreas como patentes y marcas, variedades vegetales y derechos de obtentor, contratos y licencias, denominaciones de origen, derechos de autor, transferencia tecnológica y solución de controversias comerciales internacionales.

El informe legal respectivo forma parte del informe final que se entrega en este Informe Final y sus conclusiones también se utilizaron en el análisis de la potencialidad comercial del radicchio di Treviso que se hizo conforme al objetivo anterior.

El equipo técnico del proyecto supervisó las actividades realizadas por el estudio de abogados y entregó los lineamientos de las actividades en reuniones periódicas. De acuerdo a lo previsto esta etapa tuvo una duración de 2 meses, aproximadamente.

Objetivo III.1.2.3.

Estimar las eventuales condiciones económicas y técnicas que habría en Chile para la producción de radicchio di Treviso.

Para cumplir con este objetivo se investigó respecto a estándares técnicos y de costos de producción de cultivos similares que se realizan en el país, tales como endivias que se someten a procesos de forzado y otras hortalizas del mismo tipo.

Con estos antecedentes y sobre la base de las condiciones de mercado para exportación que se establecieron en el objetivo 8.2.1. se intentó evaluar la rentabilidad potencial que tendría el cultivo del radicchio di Treviso para los productores hortícolas chilenos, determinando también el tipo o perfil de productores hortícolas que estarían en condiciones de desarrollar este cultivo en el país. Esta etapa tuvo una duración de 2 meses, aproximadamente.

III.3. ACTIVIDADES DEL ESTUDIO

AÑO 2005-2006

Objetivo Especif. N°	Actividad N°	Descripción	Fecha Inicio	Fecha Término
1	1.1	Contratación F. Fac. Cs. Agr.	01-12-05	10-12-05
1	1.2	Desarrollo de estudio de mercado	10-12-05	30-04-06
1	1.3	<i>Preinforme de viaje exploratorio EEUU</i>		10-01-06
1	1.4	<i>Preinforme viaje exploratorio Italia</i>		10-02-06
1	1.5	<i>Informe estudio de mercado</i>		01-05-06
1	1.6	Recopilación de información secundaria	10-12-05	10-02-06
1	1.7	Análisis de información de mercado	01-05-06	20-05-06
2	2.1	Contratación estudio de abogados	01-12-05	10-12-05
2	2.2	Desarrollo de estudio legal	10-12-05	10-02-06
2	2.3	<i>Preinforme de estudio de marca</i>		10-01-06
2	2.4	<i>Informe final de registro de marca</i>		10-02-06
2	2.5	Análisis información legal	10-02-06	10-04-06
3	3.1	Estudio de condiciones técnicas y económicas de desarrollo del radicchio di Treviso	10-01-06	30-04-06
3	3.2	Edición de documento divulgativo promocional	01-05-06	20-05-06
3	3.3	<i>Presentación de resultados</i>		31-07-06
3	3.4	<i>Informe final</i>		09-08-06

III.4.1. Estudio del mercado del radicchio Tardivo di Treviso

El radicchio Tardivo de Treviso corresponde a una de las topologías o variedades botánicas que componen la familia del “Radicchio”. El cultivo del radicchio, en general, presenta escalas de explotación y zonas geográficas de adaptación y de cultivo bastante bien acotadas, particularmente en relación con la mayoría de las especies hortícolas conocidas. Su mayor grado de desarrollo indudablemente se encuentra actualmente en Italia y en los países inmediatos al mar Mediterráneo.

Dentro del grupo radicchio, la tipología Rosso di Chioggia es la de mayor difusión y la más conocida en los mercados internacionales. Por su parte, el radicchio Rosso Tardivo de Treviso es de las líneas más exóticas y menos difundidas, tanto en Italia como en el resto del mundo, a pesar de ser botánicamente la línea que da origen al resto.

Estos conceptos son fundamentales de tener presentes para entender la dificultad de hacer un estudio de esta especie y de esta variedad en particular, sin ser por ello menos interesante desde el punto de vista comercial.

Con el propósito de conocer con mayor profundidad esta variedad y su potencial es fundamental estudiarla en paralelo al resto de las tipologías de radicchio. Es por esta razón que el estudio no deja de considerar, toda vez que sea posible, al resto de las variedades botánicas de radicchio en su análisis

III.4.1.1. Antecedentes generales

El radicchio pertenece a la familia *Asteraceae*, tribu *Cichoriae*, género *Chichorium*, y reúne a 7 u 8 especies, de las cuales la mayor importancia económica están en *C. endivia* y *C. intybus*. En este último grupo está la mayor parte de los radicchios que se producen.

A su vez, actualmente se distinguen las siguientes 8 topologías o grupos varietales de radicchio cuya diferenciación se considera importante para el presente estudio, presentándose en el Anexo 1 un mayor detalle de sus tipologías, variedades y fuentes genéticas actuales.

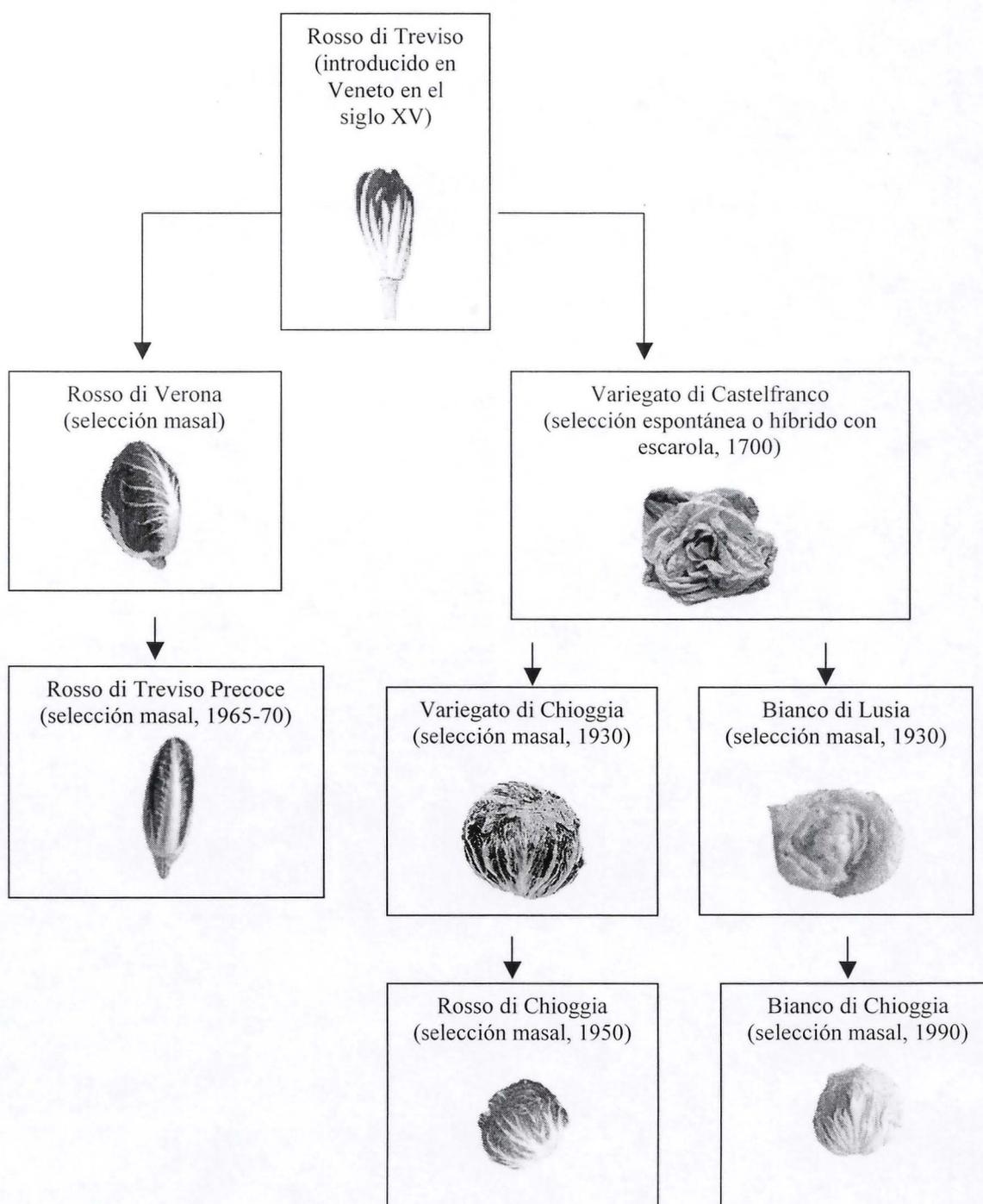
1. Rosso di Chioggia
2. Bianco di Chioggia
3. Variegato di Chioggia
4. Rosso di Verona
5. Rosso di Treviso Precoce
6. Rosso di Treviso Tardivo
7. Bianco di Lusina
8. Variegato di Castelfranco

El cultivo de esta especie data de tiempos remotos. Incluso se le menciona en obras teatrales de la antigua Roma. Desde entonces se lo identifica bajo la denominación común de “Achicoria”. Originalmente se han identificado rastros de su cultivo en todos los países vecinos al Mediterráneo:, zonas templadas de Europa, del Asia Occidental y del norte de África. Posteriormente se registran datos en África meridional llegando a América y Australia.

Con todo, es difícil establecer el origen de lo que conocemos hoy como radicchio. Siguiendo la mayoría de los estudios se ha acordado establecer que la introducción de

la especie ocurre en Europa, en torno a la segunda mitad del siglo XV, siendo la primera línea tipológica identificada justamente el "Rosso di Treviso". A partir de esta planta y por sucesivos "mejoramientos" se llegó a definir las características de este tipo, constituyéndose en un cultivar botánico identificable. A través de la selección masal practicada por la horticultura de la provincia de Verona, en Italia, se derivó al radicchio "Rosso di Verona", mientras que el "Variegado de Castelfranco" se especula que viene de una mutación espontánea del Rosso de Treviso cercana al año 1700.

Figura 1. Origen y desarrollo de las topologías de radicchio actualmente cultivadas.



A partir de 1930, en el área de Chioggia se selecciona masalmente el cultivar "Variegato di Chioggia". a partir del cual, y por sucesivas selecciones, se establece en el 1950 el tipo "Rosso di Chioggia".

Mediante la multiplicación por semillas del Variegato di Chioggia se logra en 1990 establecer una nueva línea denominada "Bianco di Chioggia". Por su parte, derivado del "Variegato di Castelfranco", mediante selección masal de establece en la zona de Lusia (Rovigo) la línea "Bianco di Lusia". En la figura 1 es posible ver el esquema que se ha descrito¹:

III.4.1.2. Situación del radicchio en el mundo

Antecedentes aproximados sobre el cultivo del radicchio indican que en el mundo se explota una superficie total de la especie cercana a 20.000 ha y que su producción estimada se aproxima a 300.000 toneladas por temporada.

En Italia, donde debido a una tradición de consumo bastante arraigada sin duda se encuentra por lejos el principal mercado para este producto, por razones lógicas se concentra más del 80% de la producción mundial de radicchio, cultivándose en este país en torno a 16.000 ha de radicchio. Con relación a esto último, considerando los propósitos de este estudio, es interesante destacar que la producción de América del Sur se obtiene en época de baja producción italiana y que en el otoño del hemisferio norte también se transa un volumen poco significativo proveniente de Alemania y de los países de Europa del este².

Una de las áreas más importantes de cultivo en la península itálica es la zona agrícola del nor este, en particular la región del Veneto. La superficie de cultivo de radicchio en esta región supera las 8.500 ha, vale decir, allí se cultiva más de la mitad del radicchio que se produce en este país.

Debido a la diversidad climática y al alto grado de difusión comercial del producto, en toda Italia se cultiva una gran variedad de tipos de radicchio y muchos diferentes cultivares. Sin embargo predominan el tipo Rosso de Chioggia (65%) y el Rosso di Verona (17%).

Se considera que a nivel mundial esta predominancia se acentúa aun más, siendo escasa o irrelevante la producción de otros tipos de radicchio diferentes a los mencionados.

Por otra parte, se han recopilado antecedentes de que tanto Guatemala como Honduras están incrementando la superficie destinada al cultivo de este producto, pero la orientación de sus producciones sería exclusivamente para el abastecimiento del mercado de Estados Unidos. Se ha señalado que solamente en Guatemala se está cultivando alrededor de 700 ha.³

¹ Il Radicchio Rosso di Chioggia: Aspetti tecnici ed economici di produzione e conservazione. Publicado por VENETO AGRICOLTURA, Diciembre 2002.

² L'Informatore Agrario, Junio 2005.

³ JOCO PRODUCES, Miami. Comunicación personal.

También se ha detectado que Estados Unidos ha ido aumentando progresivamente su área de cultivo del radicchio, estimándose que el 95% de la producción se obtiene en California, donde se cultivan no más de 2.000⁴ ha con esta especie.

Respecto a estos últimos países parece importante de resaltar que, salvo en Italia, resulta bastante dificultoso recabar información o registros del cultivo de radicchio, dificultad que se hace aún mayor cuando se desea obtener información relacionada con las tipologías de radicchio cultivadas. Incluso en Estados Unidos, donde su Departamento de Agricultura recopila y publica una amplia gama de información sobre casi todos los cultivos que se desarrollan en ese país, no existen antecedentes suficientes sobre esas materias.

III.4.1.3. Situación del radicchio en Chile

En Chile el cultivo del radicchio se registra desde mediados de los años ochenta. Sin embargo, aún no es considerado de importancia en términos de superficie ya que se calcula que actualmente se cultivan entre 350 y 450 ha.

Su introducción en el país se produjo hacia mediados de los años ochenta, como un producto de potencial interés con fines de exportación en estado fresco. Desde entonces su cultivo se ha ido expandiendo paulatinamente hasta alcanzar actualmente una superficie cultivada cercana a las 450 hectáreas por año. Esta área de cultivo se concentra principalmente en las regiones Metropolitana y V, aunque se registran también algunos cultivos en las regiones IV, VI, VII y VIII.

La producción nacional se orienta básicamente a la exportación a Estados Unidos, donde se expende directamente o se le usa como un componente de ensaladas procesadas frescas.

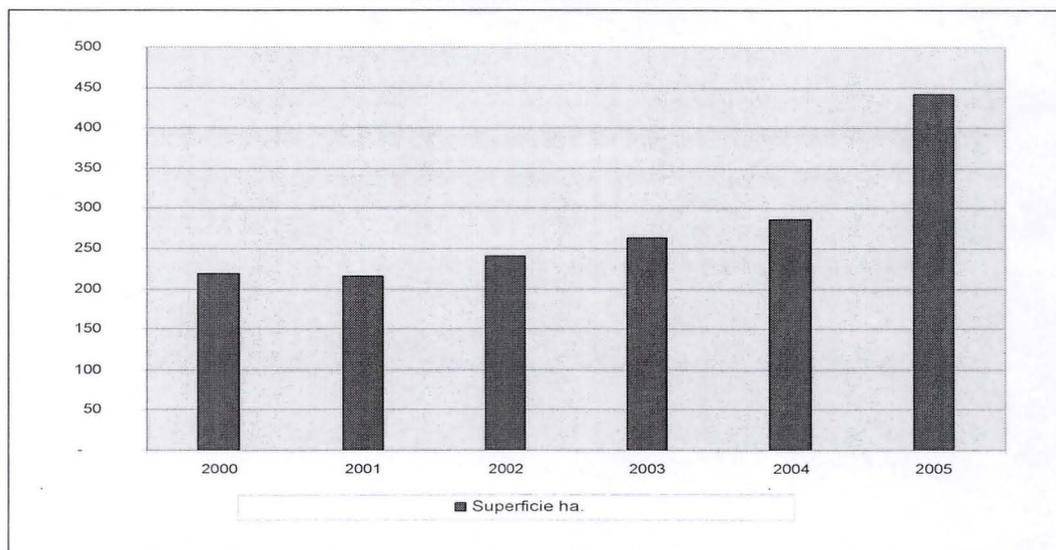
III.4.1.3.1. Superficie de cultivo

En los últimos 5 años la superficie cultivada de radicchio en Chile ha tenido un crecimiento progresivo, pasando de cerca de 200 ha en el año 2000 hasta casi 450 en el año 2005, lo que representa un crecimiento del 102% en ese periodo.

Estas cifras son estimadas a partir de los registros de exportación en toneladas, considerando un promedio de 13 ton/ha (Chioggia) y una porcentaje de exportación del 70%, equivaliendo el 30% restante a pérdidas y a venta en el mercado local.

⁴ Royal Rose, Salina-California (USA). Comunicación personal.

Gráfico 1. Evolución de la Superficie en Hectáreas de radicchio en Chile. Período 2000-2005.



Fuente: elaboración propia basada en antecedentes de ODEPA, 2006

Respecto al aspecto de los rendimientos, según han mencionado los propios productores nacionales, en el país se observa cierto déficit tecnológico que estaría en la obtención de productividades inferiores a las que se consiguen en Italia. Esta situación plantea la necesidad de realizar investigación relacionada con este aspecto, particularmente en lo que se refiere a la adaptación de variedades a zonas específicas de cultivo.

III.4.1.3.2. Exportaciones chilenas de radicchio

Las exportaciones de radicchio entre los años 2000 y 2005 sumaron un total de 17.500 toneladas. El mayor volumen fue alcanzado en la última temporada (2005) con 4.600 toneladas.

Tabla 1. Volúmenes de las exportaciones chilenas de radicchio en el período 2000-2005	
Año	Volumen (kilos)
2000	2.304.178
2001	2.277.466
2002	2.512.344
2003	2.769.290
2004	3.017.372
2005	4.643.519
Total	17.524.169

Fuente: elaboración propia basada en antecedentes de ODEPA, 2006

En un estudio realizado por el Servicio Nacional de Aduanas en junio de 2004⁵ se señala que dentro de los efectos del TLC con Estados Unidos es destacable la experiencia del radicchio, cuyas exportaciones han crecido 182% desde la entrada en vigencia de dicho tratado.

La desgravación pactada para este producto eliminó un arancel de 0,15 centavos de dólar por kilo importado, situación que implicó una disminución de 12% del costo de importación de este vegetal para los importadores norteamericanos. Si bien es presumible que no todo el incremento de exportaciones de radicchio a Estados Unidos se ha debido a esta desgravación, es destacable el hecho de que desde la entrada en vigencia del acuerdo se triplicara el volumen exportado de radicchios a este mercado, convirtiendo a Estados Unidos en el principal mercado de exportación de este vegetal para la V Región (El 98% del valor exportado de radicchios desde la V región está destinado al mercado de EE.UU.)

- *Destino de las exportaciones*

En la tabla 2 puede observarse que entre los años 2000 y 2005 las exportaciones chilenas de radicchio se han destinado a 16 mercados. Sin embargo, solamente el mercado de Estados Unidos representa casi un 80% del destino de estas exportaciones, seguido por el conjunto de países de la Unión Europea. El resto de los países tiene una representación marginal.

Tabla 2. Principales mercados de destino de las exportaciones chilenas de radicchio. Período 2000-2005

Destino	Volumen exportado (kilos)	Participación (%)
EE.UU.	13.772.620	78,59%
HOLANDA	1.924.825	10,98%
REINO UNIDO	1.022.894	5,84%
FRANCIA	450.141	2,57%
ITALIA	263.266	1,50%
CANADA	48.096	0,27%
JAPON	17.320	0,10%
MEXICO	10.461	0,06%
SUIZA	7.840	0,04%
BRASIL	3.541	0,02%
NORUEGA	1.050	0,01%
ARGENTINA	1.011	0,01%
EL SALVADOR	459	0,00%
ALEMANIA	375	0,00%
GUATEMALA	230	0,00%
ESPAÑA	40	0,00%
Total	17.524.169	100,00%

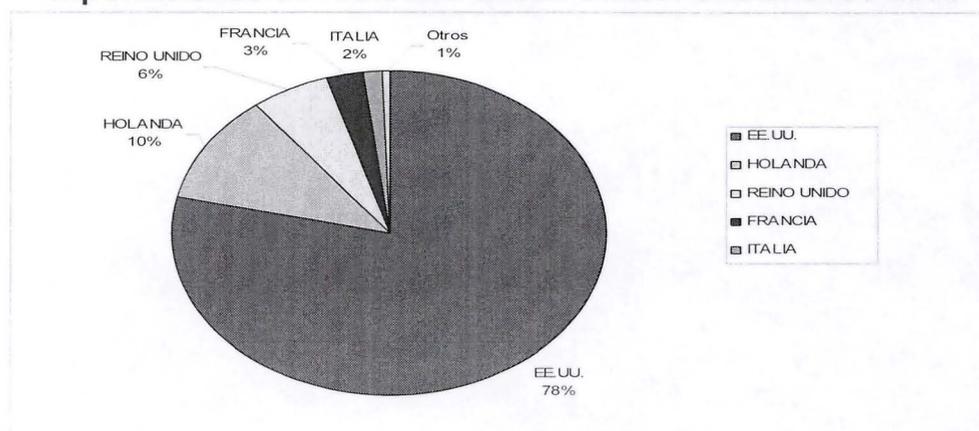
Fuente: elaboración propia basada en antecedentes de ODEPA, 2006

En el gráfico 2 que se presenta a continuación se muestra una representación de la participación porcentual que ha tenido cada uno de los principales mercados de destino

⁵ Chile-Estados Unidos Departamento de Estudios: Evolucion del comercio en el primer semestre de operacion del TLC. Servicio Nacional de Aduanas, Junio 2004

de las exportaciones de radicchios chilenos durante este período. Nuevamente se observa allí el elevado predominio que ejerce el mercado de Estados Unidos en esta materia.

Gráfico 2. Participación promedio de los principales mercados de destino de las exportaciones de radicchio desde Chile. Período 2000-2005



Fuente: elaboración propia basada en antecedentes de ODEPA, 2006

- Empresas exportadoras

A lo largo del período comprendido entre los años 2000 y 2005 se detectó que hay 31 empresas que han exportado radicchio desde Chile. En el análisis consolidado que se presenta en la tabla 3 se aprecia que seis de ellas representan el 89% de los volúmenes y que sólo tres llegan a tener una participación del 58%. Ellas son Hortofrutícola Sudamericana, Exportadora El Valle y Comercial SVS.

Tabla 3. Principales empresas exportadoras de radicchio desde Chile en el período 2000-2005.

Empresa	Volumen exportado (kilos)	Participación
HORTOFRUTICOLA SUDAMERICANA	3.824.317	21,80%
EXP. EL VALLE.	3.206.032	18,28%
COMERCIAL SVS	3.194.438	18,21%
COOSEMANS	2.342.877	13,35%
AGR MEREX	2.121.664	12,09%
VBM	883.269	5,03%
EXPORT CHILE	418.346	2,38%
Otros	1.552.174	8,85%
Total general	17.543.117	100,00%

Fuente: elaboración propia basada en antecedentes de ODEPA, 2006

- Exportaciones por variedades

En la tabla 4 se puede apreciar que Chile exporta sólo 3 de las tipologías de radicchio existentes. Ellas son: Rosso di Chioggia (63%), Rosso di Verona (25%), Rosso Treviso Precoce (<1%), pero además hay un grupo sin identificar (12%), que presumiblemente corresponde a una mezcla de las mismas tres anteriores. En realidad dentro de estas tipologías se detectó que son cerca de 12 las variedades de radicchio exportadas por Chile.

Tabla 4. Variedades exportadas de radicchio en el período 2000-2005 (kilos)								
TIPOLOGIA	2000	2001	2002	2003	2004	2005	Total general	Participación
Chioggia	1.174.504	1.150.357	1.584.019	1.647.268	2.356.298	3.108.503	11.020.949	62,82%
Rosso di Verona	1.102.084	1.040.312	904.194	37.380	452.510	797.740	4.334.220	24,71%
Sin Identific.	26.240	77.554	38.478	1.084.966	193.052	633.004	2.053.294	11,70%
Treviso precoz	1.350	9.243	4.277		15.512	104.272	134.654	0,77%
Total general	2.304.178	2.277.466	2.530.968	2.769.614	3.017.372	4.643.519	17.543.117	100,00%

Fuente: elaboración propia basada en antecedentes de ODEPA, 2006

- Estacionalidad de la exportación

La época de exportaciones de radicchio desde Chile comienza regularmente en el mes de enero y se registran envíos hasta octubre, pero se aprecian algunas variaciones interanuales importantes.

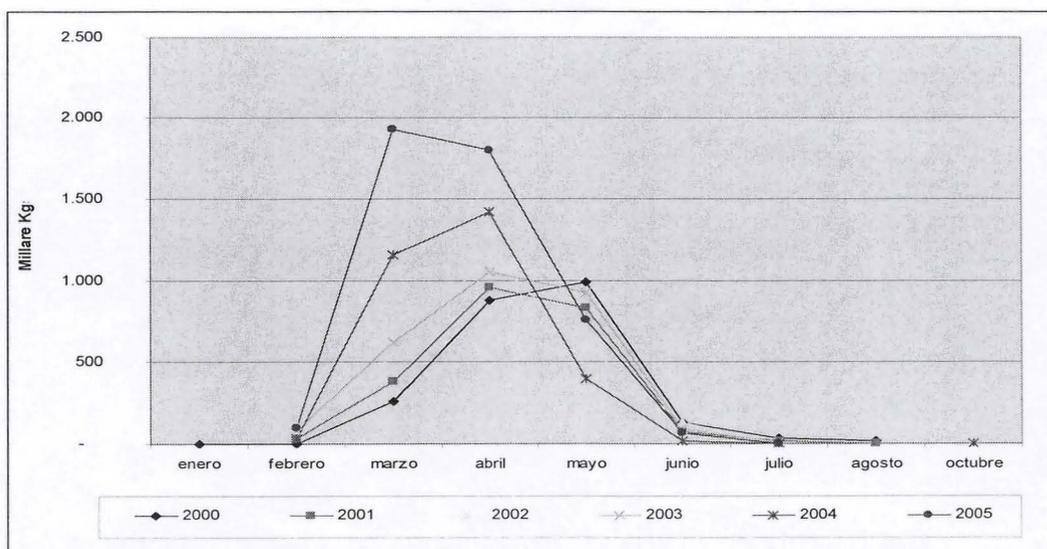
Los meses de mayor envío corresponden a los comprendidos entre febrero y junio. Dentro de este período se registra, en promedio, más del 90% del total de envíos anuales.

En la tabla 5 se presenta el promedio de este comportamiento y en el gráfico 3 se muestra el comportamiento registrado en cada uno de los años del período 2000 a 2005.

Tabla 5. Estacionalidad de las exportaciones de radicchio en el período 2000-2005		
Mes	Promedio exportación (kilos)	Participación
Enero	145	0,32%
Febrero	11.733	26,14%
Marzo	10.513	23,42%
Abril	8.592	19,14%
Mayo	7.217	16,08%
Junio	4.019	8,95%
Julio	1.387	3,09%
Agosto	1.276	2,84%
Septiembre	-	0,00%
Octubre	10	0,02%
Total general	44.892	100,00%

Fuente: elaboración propia basada en antecedentes de ODEPA, 2006

Gráfico 3. Comportamiento mensual de exportaciones de radicchio. Período 2000-2005

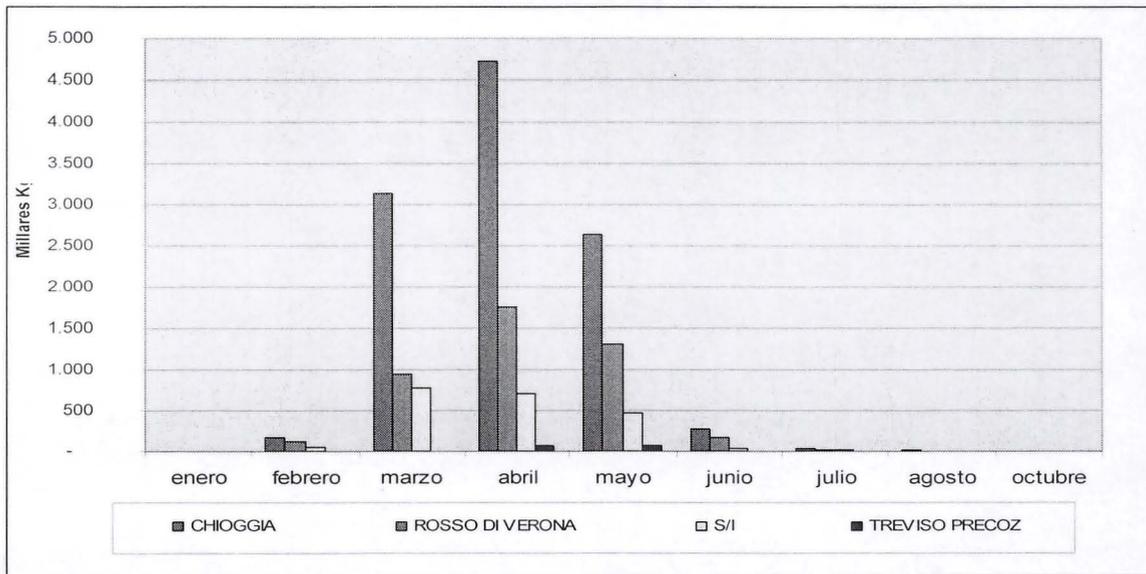


Fuente: elaboración propia basada en antecedentes de ODEPA, 2006

En el gráfico 3 se puede observar que la estacionalidad de la exportación de radicchio, aunque se presenta relativamente similar a través de los años, muestra algunas variaciones en cuanto a la concentración de los envíos de cada año.

Respecto a las tipologías, en el gráfico 4 se muestra la evolución de las exportaciones en relación a esta variable, observándose que la variedad Chioggia está presente prácticamente toda la estación de exportaciones, alcanzando sus máximos envíos en el mes de abril. Igual situación refleja el Rosso di Verona. Para el caso de Treviso Precoce, los envíos se concentran en los meses de abril y mayo.

**Gráfico 4. Estacionalidad de las exportaciones según tipo de radicchio.
Período 2000-2005**



Fuente: elaboración propia basada en antecedentes de ODEPA, 2006

En cuanto a los destinos, todas las variedades están presentes en el mercado norteamericano y europeo y son siempre en ese orden de prioridad. La excepción la hace el radicchio Treviso Precoce, cuyo destino preferente es a Europa, desplazando a Estados Unidos.

Tipología	Destino	Participación
CHIOGGIA	EE.UU.	73,22%
	HOLANDA	13,89%
	REINO UNIDO	7,40%
	FRANCIA	3,51%
	ITALIA	1,32%
	CANADA	0,42%
	JAPON	0,09%
	SUIZA	0,07%
	MEXICO	0,05%
	BRASIL	0,02%
	ARGENTINA	0,00%
	EL SALVADOR	0,00%
	GUATEMALA	0,00%
ESPAÑA	0,00%	
ROSSO DI VERONA	EE.UU.	91,28%
	HOLANDA	4,60%
	ITALIA	2,42%
	FRANCIA	1,45%
	JAPON	0,16%
	CANADA	0,05%
	NORUEGA	0,02%
	ALEMANIA	0,01%
	BRASIL	0,01%
	MEXICO	0,00%
		0,00%
TREVISO PRECOZ	HOLANDA	86,90%
	EE.UU.	13,10%

Fuente: elaboración propia basada en antecedentes de ODEPA, 2006

- *Vías de transporte*

La exportación de radicchio desde Chile se realiza tanto por vía aérea como marítima. La vía marítima es la que indudablemente ha estado predominando en estas transacciones y su participación ha ido en aumento en las últimas temporadas, tal como se muestra en el gráfico 5. Este comportamiento se atribuye a factores de costos así como también a mejores tecnologías de poscosecha que permiten mantener en buen estado el producto, el que puede preservarse en buenas condiciones para su comercialización durante un período de 2 a 5 meses, según la tipología⁶.

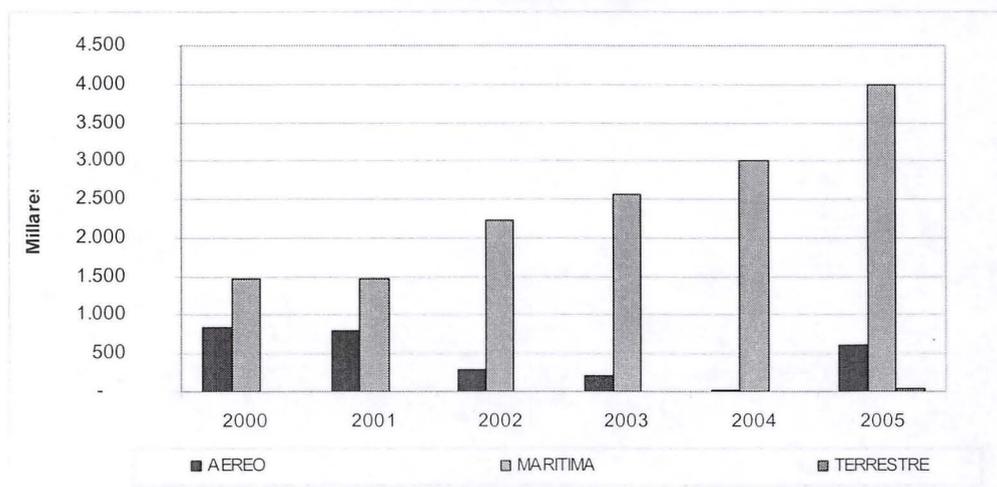
Las fechas de las exportaciones por vía marítima y aérea son coincidentes, apreciándose que ambas se concentran principalmente en los meses de marzo, abril y mayo. Este período coincide, a lo menos parcialmente, con el período de mayor demanda de transporte de algunas especies frutícolas importantes, como uva de mesa, manzanas y kiwis. Sin embargo, debido al bajo volumen proyectado para estas exportaciones se estima que ésta podría no ser una limitante significativa para su desarrollo.

A nivel varietal el comportamiento es bastante similar al ya señalado, observándose en todas las variedades que la mayor parte de los envíos usan la vía marítima.

⁶ Il Radicchio Rosso di Chioggia: Aspetti tecnici ed economici di produzione e conservazione. Publicado por VENETO AGRICOLTURA, Diciembre 2002.

Sin embargo, en cuanto a mercados se producen algunas diferencias importantes, observándose que para los envíos a Italia se utiliza preferentemente la vía aérea, mientras que a Japón, Noruega y Suiza se hace uso, exclusivamente, de esta vía.

**Gráfico 5. Vías de exportación de radicchio desde Chile.
Período 2000-2005**



Fuente: elaboración propia basada en antecedentes de ODEPA, 2006

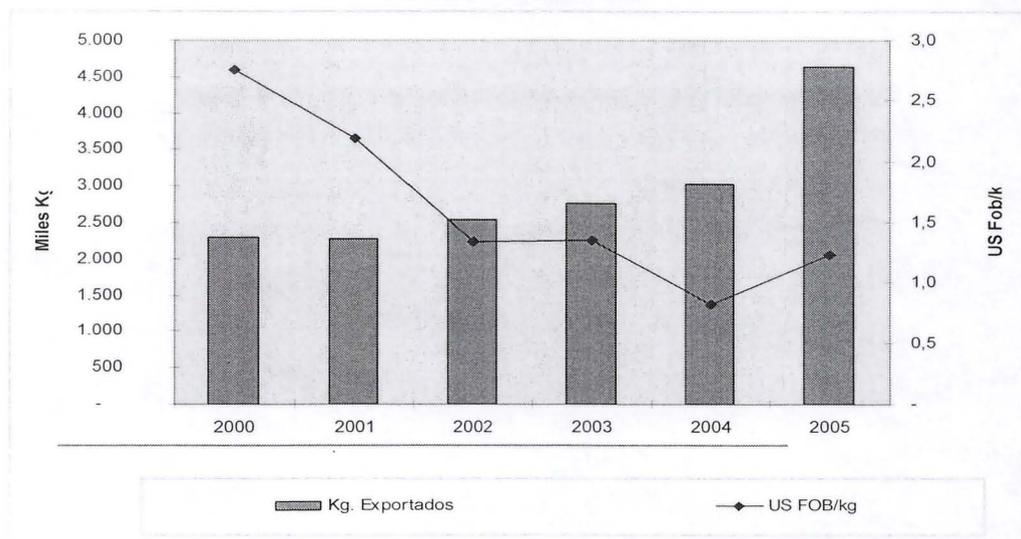
- *Precios de exportación*

La trayectoria de los precios de exportación de radicchios ha mostrado una clara tendencia hacia el descenso durante los últimos años. En el año 2003, el retorno FOB por kilo promedio de todos los destinos era cercano a US\$ 2,8 por kilo. En el año 2005 estos valores se situaron en torno a los US\$ 1,2 por kilo, tal como se aprecia en el gráfico 9. Sin embargo el volumen exportado ha ido en crecimiento, lo que compensa en parte la pérdida de ingreso por unidad.

De cualquier forma es importante resaltar que a los menores ingresos obtenidos por unidad, el negocio se acerca de niveles críticos. Los costos de producción del radicchio, según se aprecia en el Anexo 3, se calculan en US\$ 0,46 por kilo, lo que equivale a US\$ 5.500 por hectárea.

En este aspecto es importante identificar las razones de esta caída de precios y como puede afectar el desarrollo futuro de este cultivo. Posiblemente después de revisar la situación del mercado norteamericano se pueda tener una visión mas clara de esta situación.

**Gráfico 9. Precios de retorno versus volúmenes de exportación de radicchio desde Chile.
Período 2000-2005**



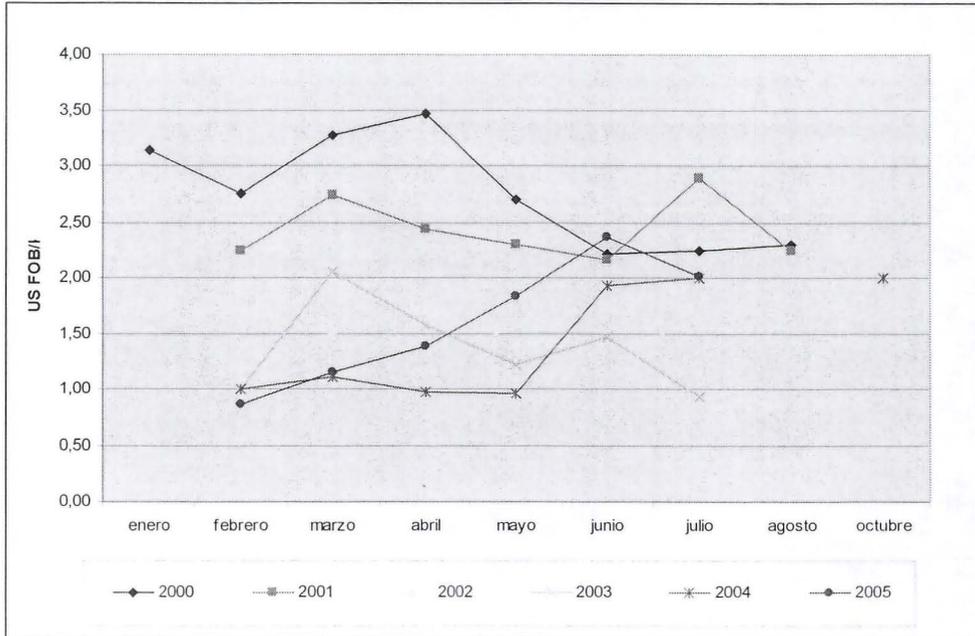
Fuente: elaboración propia basada en antecedentes de ODEPA, 2006

Por otra parte, el gráfico 10 permite apreciar que, a lo largo de la temporada y en relación a las ventanas de envíos detectadas, no existe un comportamiento bien definido respecto a los precios de exportación de radicchios chilenos en el conjunto de países de destino. Cada temporada tiene dinámicas propias y diferentes una de otra, no observándose una estacionalidad de precios particular.

Esta situación se explica en parte por las dos razones siguientes:

1. El radicchio es una especie de cultivo anual y su oferta interna en los países consumidores es bastante variable. Esto afecta significativamente el comportamiento de sus precios, observándose variaciones apreciables entre temporadas. Debido a ello el resultado económico es también variable y depende de factores difíciles de controlar y de prever oportunamente que son ajenos a las decisiones adoptadas en nuestro país.
2. Chile no es un actor dominante en ningún mercado, situación que lo hace estar en una condición de país proveedor que es más bien tomador de precios.

Gráfico 10. Precios promedio de retorno por mes en diferentes temporadas. Período 2000-2005

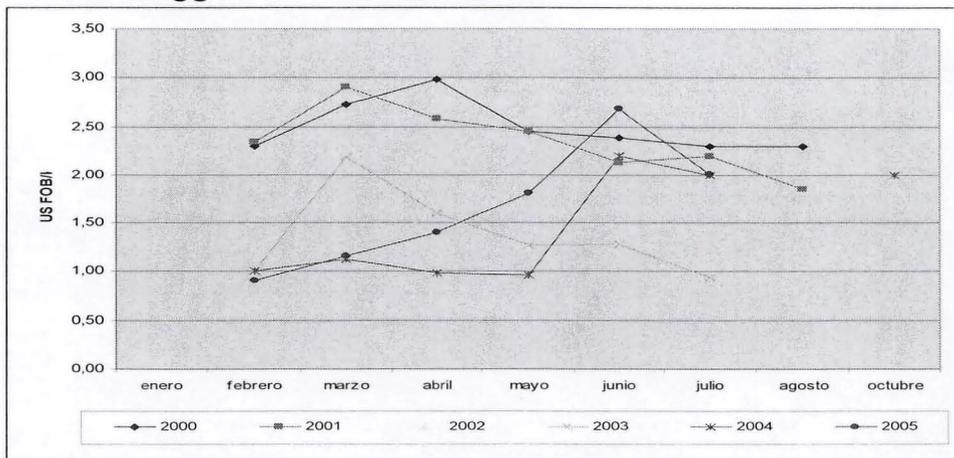


Fuente: elaboración propia basada en antecedentes de ODEPA, 2006

En cuanto a tipologías, tampoco se observa una diferenciación o un comportamiento claro entre temporadas. Aparentemente, las tres tipologías exportadas por Chile no son mayormente diferenciadas en los mercados de destino y más bien comparten juntas la suerte del mercado según la temporada.

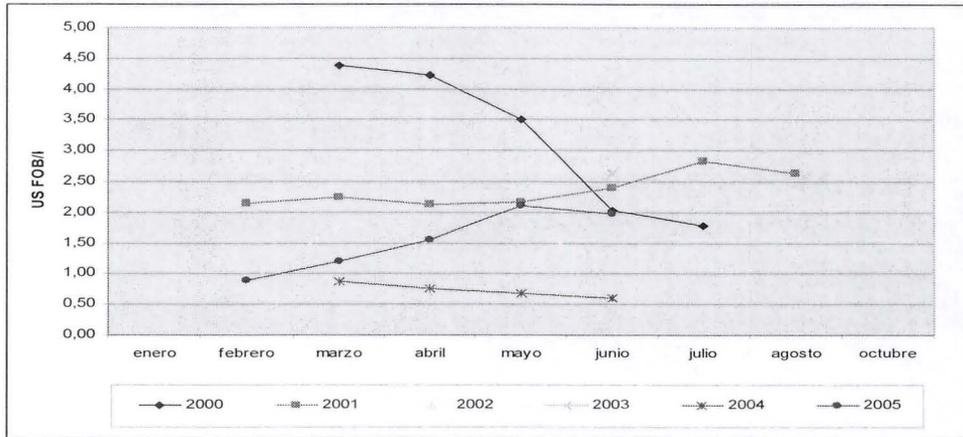
En los gráficos 11, 12 y 13 se muestra el comportamiento de los precios de exportación de cada una de las tipologías, donde se observa con mayor claridad lo señalado anteriormente.

Gráfico 11. Precios promedio de exportación por mes en diferentes temporadas del radicchio di Chioggia. Período 2000-2005.



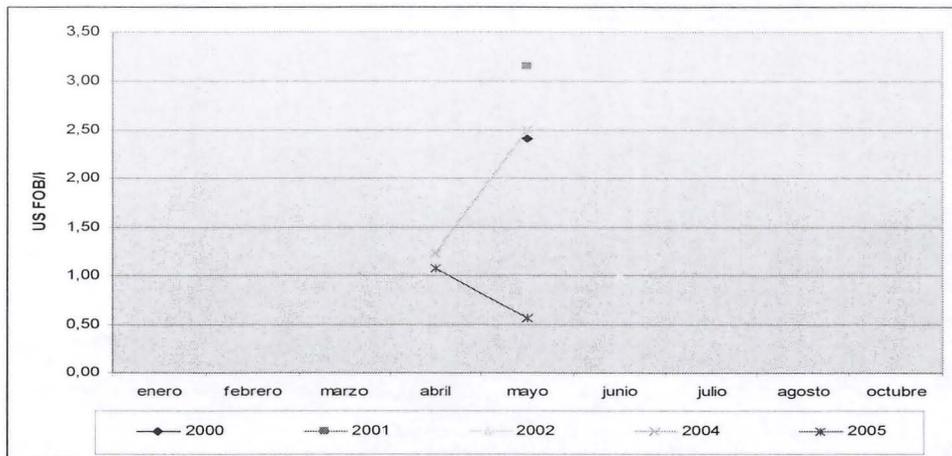
Fuente: elaboración propia basada en antecedentes de ODEPA, 2006

Gráfico 12. Precios promedio de exportación por mes en diferentes temporadas del radicchio di Verona. Período 2000-2005.



Fuente: elaboración propia basada en antecedentes de ODEPA, 2006

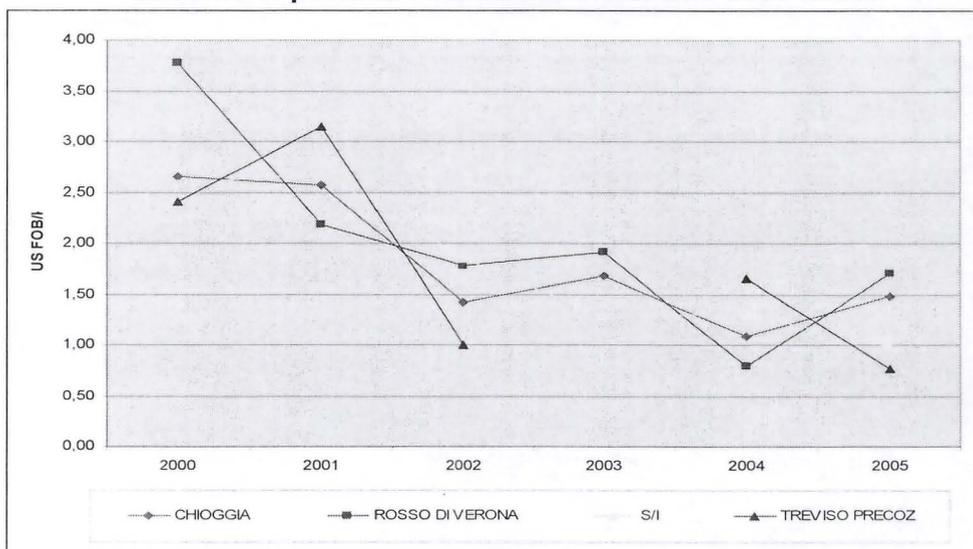
Gráfico 13. Precios promedio de exportación por mes en diferentes temporadas del radicchio di Treviso Precoce. Período 2000-2005.



Fuente: elaboración propia basada en antecedentes de ODEPA, 2006

Por otro lado, al analizar comparativamente el comportamiento de los precios de exportación de las tres tipologías que se muestra en el gráfico 14, en el promedio de los años entre el 2000 y 2005 tampoco se advierte predominancia o superioridad del precio de exportación de alguna de ellas sobre las otras. Los valores registrados más bien se alternan entre ellas durante este período.

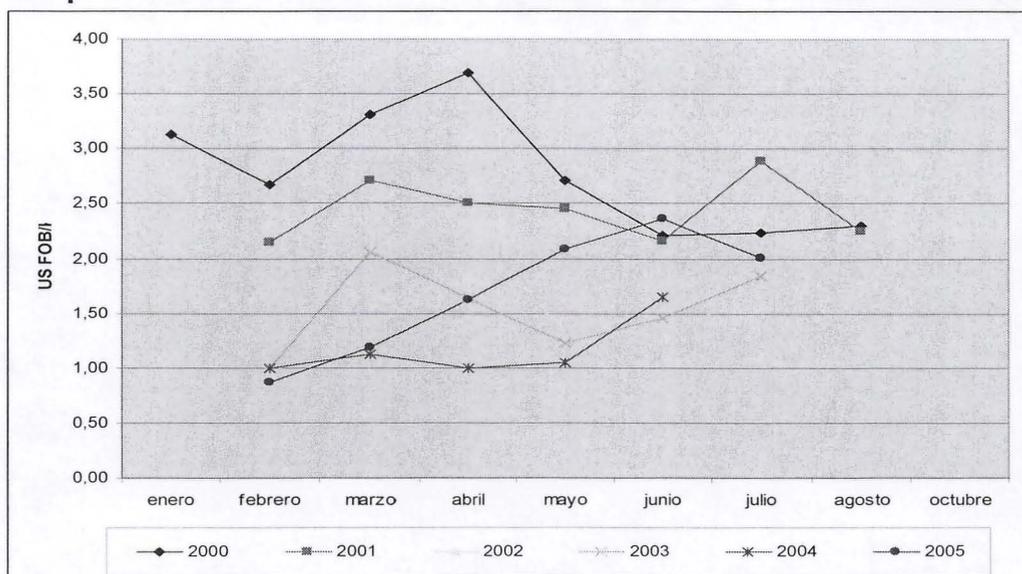
Gráfico 14. Comparación de precios promedio de exportación de las tipologías de radicchio exportadas desde Chile. Período 2000-2005.



Fuente: elaboración propia basada en antecedentes de ODEPA, 2006

Finalmente, en lo que se refiere al comportamiento de precios por mercado, en el gráfico 15 se aprecia que Estados Unidos no se comporta de manera estable entre temporadas ni tampoco según el mes de envío. Este comportamiento también parece extenderse al resto de los mercados de destino, lo que impide extraer conclusiones categóricas al respecto, por lo que se consideró innecesario analizar en mayor detalle este aspecto.

Gráfico 15. Comparación de precios promedio de exportación por mes según temporadas en el mercado de Estados Unidos. Período 2000-2005.

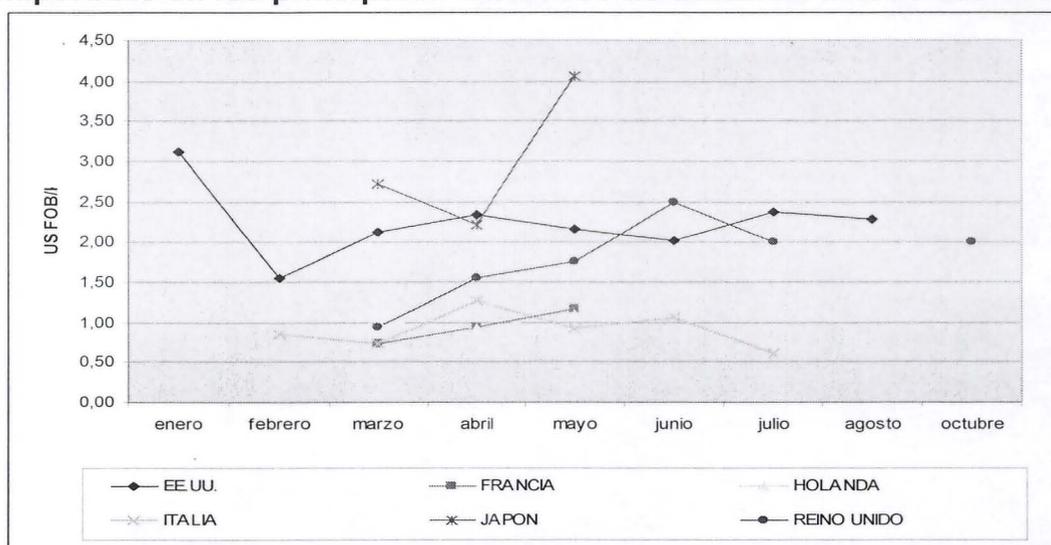


Fuente: elaboración propia basada en antecedentes de ODEPA, 2006

En todo caso, en términos de promedio durante el período 2000-2005, los mayores precios promedios de exportación se registran para el mercado de Japón, seguido por Estados Unidos. El mercado italiano, a pesar de ser el de mayor demanda total, no muestra un buen precio de exportación para el radicchio chileno. Esto último se explica en parte por la poca demanda externa que tiene este país, dado que normalmente su producción interna cubre adecuadamente sus necesidades de consumo, exportando a lo largo de todo el año una parte de su producción de los tipos Chioggia y Verona, al menos.

De todas formas cabe mencionar que en Italia y Estados Unidos se han registrado precios sorprendentemente alto. Sin embargo, estos han sido aislados, por lo que fueron considerados para analizar tendencias.

Gráfico 16. Comparación de precios promedio de retorno por mes según temporadas en los principales mercados de destino. Período 2000-2005.



Fuente: elaboración propia basada en antecedentes de ODEPA, 2006

III.4.1.3.3. Resumen de la situación del radicchio en Chile

Como síntesis de la situación del cultivo de radicchio en Chile y de sus mercados de exportación se pueden señalar los siguientes comentarios:

1. El área de cultivo y los volúmenes de exportación de radicchio en Chile han aumentado de manera bastante importante durante los últimos años, lo que es particularmente significativo si se considera la especificidad de demanda del producto.
2. Estados Unidos es el principal destino de las exportaciones chilenas de radicchio en el período 2000-2005, alcanzando una participación promedio cercana a 80% de los volúmenes exportados.
3. En Chile se cultivan solamente tres de las ocho tipologías de radicchio existentes. Ellas son Chioggia, Verona y Tardivo di Treviso. Sin embargo, estas no son necesariamente las de mayor valor en los mercados internacionales.

4. En los últimos cinco años se observa una disminución progresiva de los precios promedios de exportación del radicchio, lo que en el ámbito de productor ha sido compensado en sus resultados económicos con mayores volúmenes enviados.
5. Aún en este escenario de precios y volúmenes de exportación, el cultivo tiene una rentabilidad que lo hace atractivo. Sin embargo, es difícil predecir un aumento importante de las plantaciones.
6. Se detecta la necesidad de incorporar otras tipologías de radicchio, probablemente más complejas, que puedan ofrecer alternativas para mejorar el retorno a productor.
7. Según han comentado algunos de los propios productores nacionales, la productividad por hectárea en Chile es inferior a la italiana, lo que induce a pensar en la necesidad de realizar investigación relacionada con esta materia que permita mejorar la rentabilidad esperada del rubro. En este sentido se considera que la correcta elección variedad-zona es fundamental para el buen resultado del cultivo

III.4.1.4. Situación del radicchio en Estados Unidos

El cultivo del radicchio en Estados Unidos es bastante limitado con relación a muchos otros cultivos hortícolas que se realizan en este país, razón por la cual resulta bastante difícil (prácticamente imposible) obtener información en las fuentes comunes (USDA)⁷ debido a que casi no se considera en las estadísticas y su participación a menudo se diluye o se esconde en los antecedentes de otras especies similares.

Por esta razón se ha creído conveniente hacer una mirada más amplia de las características de la demanda de hortalizas frescas en Estados Unidos como introducción para entender y hacer predicciones para el futuro desarrollo del radicchio.

En todo caso, previo a ello, como antecedentes generales cabe mencionar que se estima que la superficie actual cultivada con radicchio en Estados Unidos no supera los 4.300 acres, lo que es equivalente a 1.740 hectáreas, aproximadamente. California es, por lejos, el estado productor más importante, teniendo una participación superior al 95% de la producción.

Otro dato interesante es que, en términos de retorno a productor, se ha calculado que en el año 2005 este negocio sumó un valor de US\$ 21,1 millones.

Adicionalmente, al analizar los antecedentes disponibles, se observa que, a nivel de mercados mayoristas, el de Chicago registra los precios mayores, moviéndose alrededor de US\$ 10,5 por caja de cartón de nueve unidades de radicchio o de US\$ 12,5 para 12 unidades de radicchio.

III.4.1.4.1. Características de la demanda de frutas y hortalizas en Estados Unidos⁸

La demanda de frutas y hortalizas frescas en Estados Unidos está determinada por el tamaño y el dinamismo del mercado y de los segmentos específicos al interior de éste, así como por los cambios en el estilo de vida de los consumidores y por las necesidades y expectativas que buscan satisfacer cuando compran este tipo de productos.

De acuerdo con datos del Censo de 2000, la población de Estados Unidos aumentó en 32 millones de habitantes entre 1990 y el 2000, el mayor incremento neto de los últimos 50 años, situándose en 281 millones de habitantes en el 2000⁹. Dentro de esto destaca el dinámico crecimiento de los grupos de consumidores hispanos y asiáticos que, por tradición, son grandes consumidores de estas frutas y hortalizas frescas. En el año 2000 estos grupos representaron el 12,5% y el 4,2% de la población de Estados Unidos, respectivamente. Además, se estima que en el 2050 la población total llegará a 394 millones de habitantes. Para entonces, el 24,5% sería de origen hispano, el 8,7%, de origen asiático, el 15,9%, afro-americanos, y el 50,9% restante serían anglosajones. Estas cifras ilustran las oportunidades y retos que enfrentará el sector de frutas y hortalizas frescas.

Diversos estudios de los últimos años indican que los principales criterios en la decisión de compra de frutas y hortalizas frescas de los consumidores en Estados Unidos se relacionan con la salud, la calidad, la seguridad, la conveniencia, la disponibilidad, la

⁷ Lucier, Gary, ERS-USDA. Comunicación Personal.

⁸ Corporación Colombia Internacional. Monitoreo del Mercadeo de Frutas y Hortalizas en Los Estados Unidos. No. 1. Abril - Junio 2002.

⁹ U.S. Census Bureau. On Line. Census 2000. (En línea). En <http://www.census.gov> (visitado: enero del 2002).

selección, la novedad y los precios razonables de los productos. En cuanto a la salud, según el estudio del Food Marketing Institute, FMI, Trends – Consumer Attitudes and the Supermarket 2000, los aspectos que más preocupan a los consumidores de hoy son: el consumo de grasas, el colesterol y el consumo de sal y azúcar.

De acuerdo con la encuesta Fresh Trends 2001 de The Packer, los principales criterios de calidad que los consumidores aplican al comprar frutas y hortalizas frescas, en orden descendente de importancia, son: el sabor, el aspecto general, la limpieza, el grado de madurez, el valor nutritivo y el precio. El manejo y la preparación de los alimentos, su contaminación, el empaque, los residuos de pesticidas y productos químicos, los ingredientes y la modificación genética, en ese orden, constituyen las principales preocupaciones de los consumidores en relación con la seguridad de los alimentos que consumen, según estudio realizado por el International Food Council en septiembre del 2001. La importancia que atribuyen a los dos primeros factores, en cuanto a seguridad de los alimentos, refleja claramente su preocupación de verse afectados por enfermedades transmitidas por alimentos, las que, de acuerdo con el Food Code 2001, resultan en 324 mil hospitalizaciones y en cerca de 5.200 muertes al año en ese país.

La preocupación de los consumidores estadounidenses por la salud y seguridad de los alimentos se traduce en una demanda creciente por productos tales como los orgánicos y las hortalizas producidas en invernadero, cuyos mercados se encuentran en franca expansión. Por otra parte, el creciente interés en alimentos fáciles de preparar y consumir es el resultado de múltiples cambios socio-demográficos y de estilos de vida que ha hecho que el tiempo para elaborar comidas sea cada vez más escaso, haciendo crecer la demanda por productos preparados con mayor valor agregado. Hoy, además, los productos listos para el consumo son de gran importancia para muchos jóvenes que viven por su cuenta y que tienen poca, o ninguna, experiencia culinaria. No es sorprendente, entonces, que el mercado de frutas y hortalizas pre-cortadas sea también uno de los más dinámicos en ventas actualmente. Los consumidores quieren, además, contar con frutas y hortalizas frescas de óptima y consistente calidad, durante todo el año y a precios razonables, y esperan encontrar la selección y la novedad adecuadas a sus necesidades y expectativas. En este sentido, tanto la creciente introducción de nuevos productos y nuevas variedades como las importaciones desempeñan un papel clave en este mercado.

III.4.1.4.2. Perfil del consumidor de frutas y hortalizas frescas

Debido al tamaño y diversidad del mercado de Estados Unidos, es prácticamente imposible definir un perfil único del consumidor de frutas y hortalizas frescas. Sin embargo, al analizar diferentes segmentos de mercado, con base en el gasto que hacen en frutas y hortalizas frescas, se encuentra que consumidores que más gastan en estos productos son personas entre 34 y 64 años, con ingresos superiores a US\$ 50.000/año, residentes en el oeste y el noreste del país, de origen hispano y mujeres. Algunas características de estos segmentos de consumidores son de particular importancia para el sector hortofrutícola, tanto actualmente como hacia el futuro. Por ejemplo, el consumo de personas entre 35 y 54 años registra hoy el mayor índice de crecimiento en Estados Unidos, pues cuentan con los niveles más altos de ingreso y sienten particular interés por productos saludables y nutritivos (como estrategias para

alcanzar y conservar una buena salud y prevenir las enfermedades). Por ello constituyen un mercado objetivo muy atractivo en la actualidad y hacia el futuro. Los consumidores hispanos, además de gastar más en frutas y hortalizas frescas que otros grupos étnicos, son uno de los segmentos de mercado cuya población y capacidad adquisitiva muestran mayores niveles de crecimiento en este país. El mayor gasto en frutas y hortalizas frescas de la región oeste de Estados Unidos coincide con una alta concentración de hispanos y asiáticos en esa parte del país.

Por último, el mayor gasto de las mujeres en estos productos refleja claramente su mayor preocupación por la dieta y por conservar la línea, e indica una creciente incorporación de frutas y hortalizas frescas en su alimentación. Es importante señalar, en este punto, que los otros segmentos de mercado de Estados Unidos, así como los que se generan en la intersección de los diferentes grupos demográficos, también constituyen mercados potenciales de gran interés hacia el futuro. En este sentido, es digno de mención que los consumidores asiáticos también gastan más en frutas y hortalizas frescas que el consumidor promedio en Estados Unidos y que tanto su población como su poder adquisitivo crecen a tasas similares o más que las de los hispanos.

III.4.1.4.3. Nivel actual del consumo y tendencias

El consumo per cápita de frutas y hortalizas frescas en Estados Unidos aumentó de 254 lb. en 1980 a 328 lb. en el 2000, lo que representa una tasa de crecimiento promedio anual del 1,4% durante este período. Sin embargo, el consumo de hortalizas ha sido algo más dinámico que el de frutas, ya que las respectivas tasas de crecimiento promedio anual fueron de 1.5% y 1.2%. Entre 1980 y el 2000 el consumo per cápita de frutas frescas en Estados Unidos subió de 104.8 lb. a 130.1 lb. El banano es la fruta que más consume, con 29.2 lb. año en el 2000, ligeramente por encima del consumo de melón, que se situó en 27.4 lb., y muy por encima del nivel de consumo de manzana (17.9 lb.). Mientras el consumo de estas frutas, junto con el de uva, aumentó durante el período analizado, el de durazno, toronja y naranja registró una tendencia descendente. El consumo de mango fue, definitivamente, el más dinámico entre 1980 y el 2000, registrando una tasa de crecimiento promedio anual de 10.1%. Se destaca, asimismo, el consumo de lima (6.8%), papaya (6.4%), fresa (3.9%), piña (3.2%), uva (2.4%), melón (1.9%) y banano (1.8%). El dinamismo registrado en el consumo de la mayoría de estas frutas se relaciona con múltiples estrategias que han desarrollado en los últimos años tanto los comercializadores de Estados Unidos como los exportadores. Por ejemplo, la uva y el melón, que se consumen en grandes cantidades, ahora están disponibles en el mercado durante todo el año, gracias a las importaciones de productos de buena calidad durante la época de contra-estación, principalmente procedentes de Chile, en el caso de la uva, y de México y Centroamérica, en el del melón. Por otra parte, el auge de los productos pre-cortados en el mercado de Estados Unidos, y la creciente incorporación del melón y la piña a este tipo de productos, han contribuido significativamente al aumento del consumo de estas frutas.

El dinamismo del consumo de mango y papaya está directamente relacionado con el rápido crecimiento de la población de hispanos y asiáticos en Estados Unidos, para quienes estos productos son conocidos, así como con el gradual proceso de asimilación

por parte del consumidor americano, particularmente en el caso del mango. En cuanto a la piña, la introducción al mercado, en 1997, de la variedad Del Monte Gold, producida en Costa Rica, fue el principal factor en la reactivación del consumo de esta fruta en Estados Unidos, después de varios años de estancamiento. En el caso de la fresa, los desarrollos tecnológicos en manejo poscosecha y en empaques, que permiten extender su vida en anaquel y su transporte a mayores distancias del sitio de producción, han aumentado la disponibilidad del producto en el mercado y, de esta manera, han contribuido a aumentar el consumo per cápita en los últimos años. Por su parte, el consumo per cápita de hortalizas frescas en Estados Unidos aumentó de 149.1 lb. en 1980 a 198.1 lb. en el 2000, registrando una tasa de crecimiento promedio anual de 1.5% en el período. El consumo de lechuga de cabeza, de 24.9 lb. cápita en el 2000, es el más alto entre las hortalizas, pero con una tendencia descendente (-0.2%/año) durante el período analizado; la creciente incorporación de diversos tipos de lechuga, antes poco conocidos, a las ensaladas de hortalizas pre-cortadas, es el principal factor detrás de esta tendencia, de manera que a medida que el consumo de la lechuga de cabeza ha disminuido, el de otras variedades ha aumentado significativamente. Las hortalizas con el consumo más dinámico durante el período analizado fueron el brócoli, el pimentón, el espárrago y la zanahoria, con tasas de crecimiento promedio anual de 6.1%, 5.1%, 4.5% y 4.3%, respectivamente. Las importaciones procedentes de México han desempeñado siempre un papel muy importante en el mercado de hortalizas de Estados Unidos, pero en años recientes las importaciones de tomates, pimentones y pepinos de invernadero procedentes de Canadá y Holanda y la introducción de nuevas variedades de estos productos al mercado, así como la mayor disponibilidad de productos de excelente calidad durante todo el año, han contribuido de manera significativa a incrementar el consumo de estas hortalizas en Estados Unidos. La introducción de la cebolla dulce al mercado de Estados Unidos, producida internamente e importada del hemisferio sur durante la contra-estación, ha contribuido a que aumente el consumo de cebolla en este mercado. En el caso de la zanahoria, la introducción de la mini zanahoria al mercado detallista en 1989, así como su adopción por el mercado institucional (*foodservice*) y su incorporación en productos pre-cortados en la segunda mitad de los noventa, han sido claves en la evolución del consumo de este producto. No obstante el dinamismo en el consumo de frutas y hortalizas frescas en Estados Unidos durante los últimos años, la meta propuesta a la población de consumir cinco porciones de frutas y hortalizas al día, como mecanismo para consumir una dieta balanceada y lograr una buena salud, está lejos de alcanzarse. De acuerdo con *Fresh Produce Demographics 2001*, el mayor nivel de cumplimiento de esta meta está apenas en un 33% y corresponde al segmento de consumidores de 65 años y mayores. Estas cifras confirman el gran potencial de mercado existente para las frutas y las hortalizas frescas en Estados Unidos.

III.4.1.4.4. El negocio a nivel detallista

El sistema de distribución de frutas y hortalizas frescas en Estados Unidos ha experimentado cambios importantes en su estructura y en los roles y responsabilidades de los agentes en todos los niveles. El valor del comercio de las frutas y hortalizas frescas que se mueven a través del sistema de distribución ha crecido continuamente,

situándose en US\$ 78,5 billones en el 2000, año en el que las ventas de los tres principales canales de abastecimiento al consumidor final ascendieron a US\$ 38 billones, en el canal detallista, a US\$ 39,2 billones, en el canal institucional (foodservice), y US\$ 1,2 billones, en los mercados de productores o mercados móviles. Las ventas de frutas y hortalizas frescas a través del canal institucional han sido ligeramente mayores que las del canal detallista en los últimos años. Las frutas y las hortalizas frescas constituyen hoy, y hacia el futuro, uno de los negocios más lucrativos para las cadenas de supermercados en Estados Unidos.

Según el estudio *FreshTrack 2001*, su contribución a las ventas totales del supermercado aumentó de 9.5% en 1996 a 10.4% en el 2001 y se pronostica que en el 2006 llegará a 11.4%; asimismo, su contribución a las utilidades del almacén pasó de 14.6% en 1996 a 15.9% en el 2001 y se calcula que llegará a 18.7% en el 2006. No es de extrañar, entonces, que la tendencia en los supermercados sea a ofrecer un espacio más amplio para un número cada vez mayor de productos en la sección de frutas y hortalizas frescas: mientras en 1996 ofrecían un promedio de 430 productos, en el 2001 esta cifra fue de 57.412. Tal como se mencionó anteriormente, las importaciones de frutas y hortalizas frescas desempeñan un papel muy importante en el mercado de Estados Unidos, dado que, entre otras cosas, permiten extender la disponibilidad de ciertos productos a todo el año, diversificar la mezcla de productos y enfocar segmentos específicos de mercado.

Entre 1990 y el 2000, las importaciones de frutas y hortalizas frescas en Estados Unidos crecieron en forma continua, a una tasa promedio anuales de 5.5% en el volumen y de 7.6% en el valor. En el 2001 se importaron 10.1 millones de toneladas, por valor de US\$ 5.6 billones, de las cuales 7 millones de toneladas por valor de US\$ 3.2 billones, correspondieron a frutas frescas y 3.1 millones de toneladas, por valor de US\$ 2.4 billones, correspondieron a hortalizas frescas. Paralelamente al incremento de las importaciones, su participación en la oferta del mercado interno de Estados Unidos aumentó de 24.2% en 1990 a 39.6% en 1999, en el caso de las frutas y de 5.4% a 10.9%, en el de las hortalizas, lo que confirma la creciente importancia de las importaciones de estos productos en el mercado de Estados Unidos.

III.4.1.4.5. Perspectivas y tendencias del mercado de frutas y hortalizas frescas

La demanda de frutas y hortalizas frescas en Estados Unidos continuará creciendo por varios factores, entre los que se destacan el que la relación entre dieta y salud sea más clara para los consumidores, el significativo crecimiento de los grupos de hispanos y asiáticos residentes en el país y el acelerado proceso de envejecimiento de la población estadounidense. Por su parte, las ventas de productos convenientes y el consumo de alimentos fuera del hogar seguirán aumentando a medida que las opciones disponibles para satisfacer las cambiantes necesidades de los consumidores se amplían; también continuará en aumento la demanda de productos orgánicos y cultivados en invernadero, que representan alimentos saludables y seguros a lo largo del año. Se anticipa, asimismo, que la demanda de productos tropicales y exóticos en este mercado será cada vez mayor, no sólo por el crecimiento de los grupos étnicos que los consumen por tradición sino por el creciente interés de los consumidores americanos en estos productos. Es importante señalar, también, que la evolución de este mercado se verá

influenciada por la recesión económica actual y, particularmente, por los acontecimientos del 11 de septiembre del 2001. Aunque el mercado de alimentos y, en particular, el de frutas y hortalizas, son de los menos afectados por estas nuevas circunstancias, según expertos en la materia, es importante tener en cuenta ciertos factores que se derivan de ellas, tales como el temor de los consumidores a un nuevo atentado terrorista a través de los alimentos y su creciente preocupación por la seguridad de éstos, así como una mayor inclinación a reunirse en torno a familiares y amigos, a proteger lo nacional y a controlar los gastos, entre otros.

III.4.1.4.6. Productos exóticos y especiales (Specialities)

El mercado de productos exóticos y especiales incluye tanto productos de origen tropical como productos de clima templado, antes desconocidos en el mercado o que se comercializaban en bajos volúmenes. Este mercado ha mostrado un gran dinamismo en ventas en Estados Unidos durante los últimos años, como resultado tanto del crecimiento de los grupos étnicos residentes en el país como del creciente interés del consumidor americano en este tipo de productos.

La lista de productos exóticos y especiales ofrecidos en el mercado es extensa e incluye un gran número de hortalizas, así como hierbas, frutas, raíces y tubérculos. Productos tales como alcachofa, coles de Bruselas, repollo chino, cilantro, berenjena, endibia, escarola, okra, guisantes, pimientos picantes, **radicchio**, lechuga Romaine, tomatillos, tomates cherry, mezclas de vegetales orientales, diversos mini vegetales y hierbas, así como pepinos y pimentones de invernadero, entre otros, se producen en California durante algunos meses y algunos se importan durante el resto del año para extender la oferta, mientras que en otros esta oferta es sólo estacional. Otros productos en esta categoría, principalmente los denominados exóticos, son fundamentalmente importados y entre ellos se incluyen frutas tales como la papaya, el banano bocadillo, la carambola, la feijoa, el kumquat, el maracuyá, el durian y el kiwano y, entre las raíces, productos como el ñame, la malanga, la yuca y el salsifí. En Estados Unidos hay empresas que se especializan en la comercialización de estos productos, entre ellas las más destacadas son Frieda's (<http://www.friedas.com>), Melissa's (<http://www.melissas.com>) y Cooseman's (<http://www.coosemans.com>), que operan a nivel nacional y se caracterizan por ofrecer una lista de productos cada vez más amplia, paquetes diseñados especialmente para que los supermercados adelanten promociones tanto en ocasiones especiales, como en el Año Nuevo Chino y el 5 de Mayo (fiesta mexicana), como a lo largo del año y, adicionalmente, ofrecen fotos e información sobre características, valor nutricional y formas de preparación de la mayor parte de los productos que ofrecen. De particular relevancia es el hecho de que todas estas compañías ofrecen y promueven con éxito el plátano fresco y el banano bocadillo; por otra parte, Frieda's ofrece uchuva importada de Nueva Zelanda, según informó Jason White, asistente de mercadeo de esta compañía.

III.4.1.4.7. Temas estratégicos para el sector de frutas y hortalizas en Estados Unidos

Mercados alternativos.

En Estados Unidos los mercados de productos orgánicos, de invernadero y pre-cortados están mostrando actualmente un gran dinamismo en ventas, reflejando las principales tendencias en el consumo de frutas y hortalizas frescas en este país.

Las ventas totales del conjunto de estos productos en el año 2001 era de US\$ 4.7 billones. Dentro de ellas, las frutas y hortalizas orgánicas correspondían al 49% de las ventas totales de productos orgánicos y al 4.4% de las ventas totales de frutas y hortalizas.

Por otra parte, a partir de la promulgación en octubre de 2002 de la Ley Federal de Productos Orgánicos se ha apreciado un incremento de este dinamismo, lo que se aprecia claramente a través de las ventas de tomate de invernadero, producto líder de esta categoría, las que han aumentado desde 2% a 3% de las ventas totales que representaban hace sólo pocos años atrás a 15% a 20% que están representando actualmente. Cabe mencionar que los productos de invernadero, principalmente tomates, pimentones y pepinos, algunos cultivados en condiciones hidropónicas, han tenido gran éxito en el mercado de Estados Unidos en los últimos años.

Por su parte, las frutas y hortalizas pre-cortadas, cuyo éxito radica principalmente en la conveniencia que ofrecen al consumidor, registraban ventas por US\$ 11 billones en el año 2000, Hoy se estima que superan los US\$ 15 billones en el 2005, resaltando que el principal canal de distribución de estos productos es el mercado institucional (*foodservice*), que participa con el 60%, mientras que el 40% restante corresponde a las ventas a través de supermercados.

Mercados étnicos.

Entre 1990 y el 2001, la población de hispanos en Estados Unidos aumentó en 46.6% y su poder adquisitivo aumentó en 118%. Durante el mismo período, en el caso de los asiáticos, la población aumentó 54.6% y su poder adquisitivo creció un 125%. Dado que ambos grupos se caracterizan por el alto consumo de frutas y hortalizas frescas, entre las que se destacan productos considerados exóticos y especiales en Estados Unidos, estos mercados representan objetivos de gran interés para el sector de frutas y hortalizas frescas, en general, y para los exportadores, en particular.

III.4.1.4.8. El negocio de alimentos a nivel detallista.

Las ventas de alimentos a través de los diferentes tipos de almacenes detallistas en Estados Unidos ascendieron a US\$ 682.3 billones en el 2001, de los cuales el 31.2% correspondió a las cinco cadenas líderes en el mercado: WalMart, Kroger, Albertson's, Safeway y Ahold. En los últimos años el sector de venta detallista de alimentos de Estados Unidos ha experimentado un intenso proceso de consolidación, gracias a la adquisición y fusión de empresas, que resultaron en grandes compañías que buscan economías de escala y eficiencias en logística y distribución. Estos cambios, sus efectos sobre el sistema de suministros y la creciente importancia de la sección de frutas y hortalizas en este negocio tienen implicaciones de gran importancia para los proveedores de frutas y hortalizas tanto nacionales como extranjeras. Innovaciones en tecnología y reglamentación. Entre los desarrollos con mayores implicaciones para el

negocio de frutas y hortalizas frescas en Estados Unidos se destacan la nueva tecnología de pasterización electrónica (irradiación con rayos gamma), comercializada bajo el nombre SureBeam, que eventualmente podría convertirse en tratamiento cuarentenario alternativo para un gran número de frutas, que hoy no cuentan con admisibilidad al mercado por restricciones fitosanitarias, o bien en una alternativa al tratamiento cuarentenario basado en bajas temperaturas por un tiempo determinado vigente para la importación y la exportación de todos los cítricos en Estados Unidos.

III.4.1.4.9. Situación específica del radicchio

Tal como se indicó anteriormente, no hay cifras oficiales de importación y exportación de radicchios en el mercado de Estados Unidos, pero en este aspecto conviene recalcar que en todas las conversaciones con recibidores y comercializadores de radicchio que se sostuvieron a propósito de este proyecto se destacó algo muy importante: la irrupción del mercado de radicchio proveniente de Honduras y Guatemala.

Estos dos países, sobre todo Guatemala, han comenzado en los últimos años a producir una gran cantidad de radicchio con total foco al mercado de Estados Unidos, promovido por los propios importadores. Estos países tienen dos grandes ventajas frente a Chile:

1. Costo del transporte: están a 4 -5 días por barco.
2. Costo de mano de obra: se indica que la mano de obra es de 2 a 3 dólares por día. En un cultivo como el radicchio, altamente exigente en mano de obra y cuya participación en los costos no es menor al 56%, este es un elemento que impacta fuertemente.

III.4.1.4.10. Esfuerzo destacable para el desarrollo de radicchio en Estados Unidos

La empresa European Vegetable Specialities, bajo la marca Royal Rose (www.radicchio.com), es el principal productor y comercializador de radicchio en Estados Unidos. Se ubican en Salinas-California. Al entrevistarlos expresaron su impresión de que Chile dejaría ser un actor relevante para los radicchios tipo Chioggia o Verona, aunque sí apreciaban un potencial en el tipo Castelfranco y Tardivo di Treviso. Ellos han comenzado a cultivarlo y a colocarlo en food service (restaurantes, hoteles, barcos turísticos), aunque todavía en pequeñas escalas.

Consultado acerca de porque no podría correr el mismo destino de Chioggia con relación a Guatemala, indico que es un cultivo más complejo y que no se puede producir todo el año, requiere características de frío que Guatemala no tiene.

Es importante indicar que según la información de Royal Rose, un 80% de los radicchios que se comercializan en Estados Unidos tiene como destino final los paquetes de vegetales picados.

III.4.1.4.11. Comercialización de radicchios en Estados Unidos

Como ya se mencionó, a pesar de la escasez de información y de cifras oficiales, a partir de información de USDA 2006, sobre precios de ventas en diferentes puntos de Estados Unidos, se infirieron algunas observaciones que se exponen a continuación.

Previo a ello es importante señalar que, conforme a información primaria recopilada, un 80% del radicchio que ingresa a Estados Unidos se destina a proceso (IV Gamma), mientras que el restante 20% se comercializa en estado fresco.¹⁰

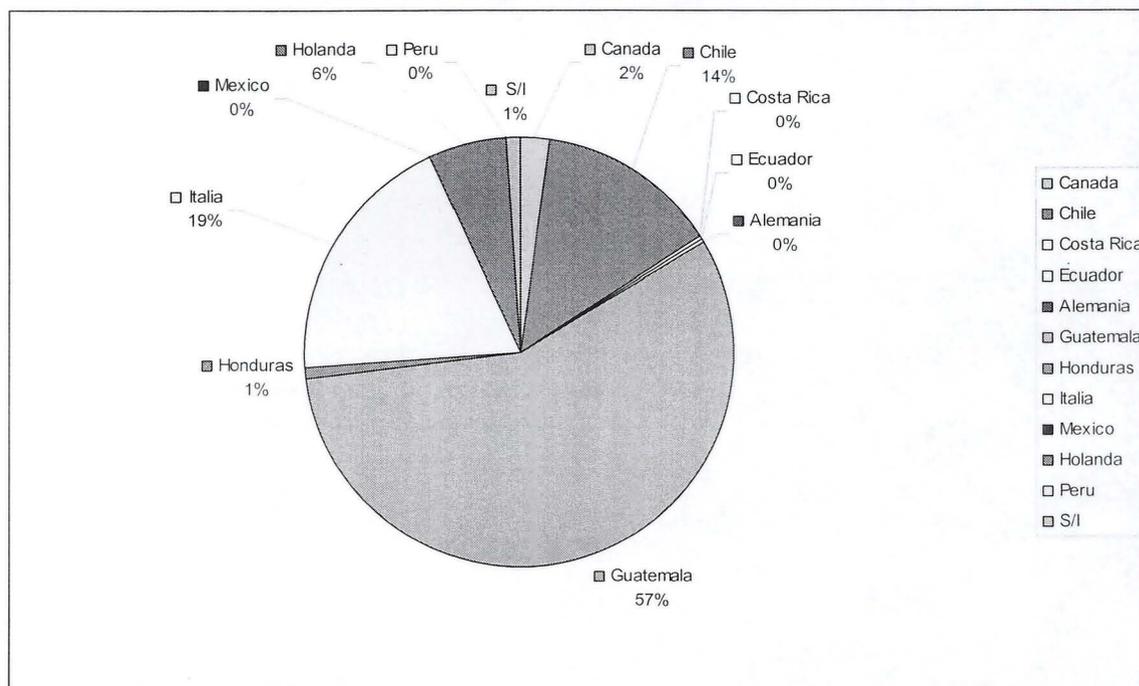
Basándose en los volúmenes comercializados por origen en las 8 principales ciudades de Estados Unidos se puede estimar la participación de los países que exportan radicchio a Estados Unidos, lo que se presenta en el gráfico 17, aunque, debido a que

¹⁰ Royal Rose, Salinas –California.

no corresponde al volumen total, no es posible asegurar que estas proporciones sean definitivas, pero podrían ser una aproximación bastante cercana.

Como se observa en el gráfico 17, el mayor exportador de radicchios a Estados Unidos es Guatemala con un 57% de los envíos, seguido por Italia con un 19% y Chile con 14%.

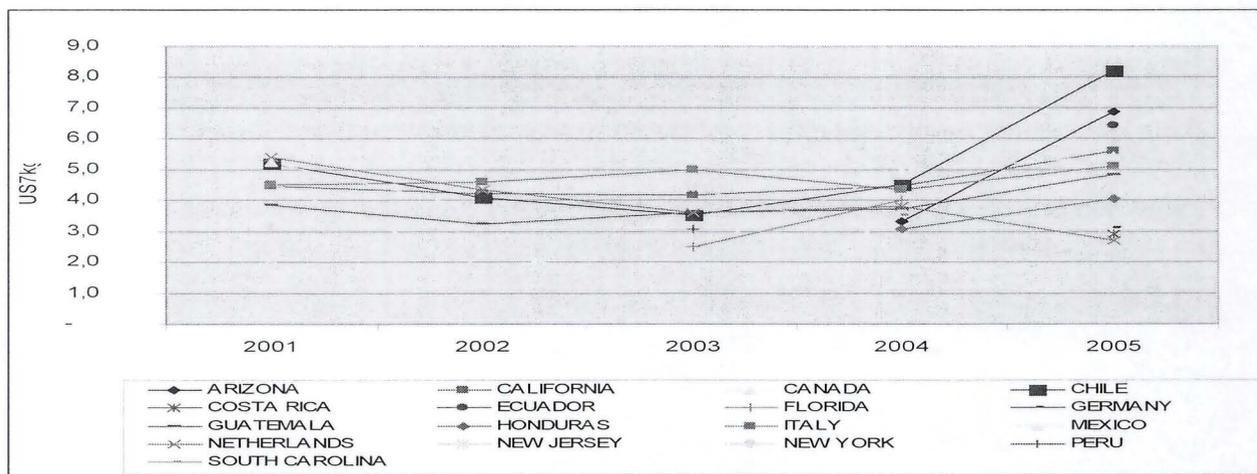
Gráfico 17. Participación relativa de los países exportadores de radicchio en Estados Unidos. Período 2001-2005.



Fuente: elaboración basada en antecedentes de USDA 2006

Por otra parte, en el gráfico 18 es posible observar que tienden a haber diferencias de precios en el mercado estadounidense según el origen del producto. En este sentido Italia, California y Chile suelen ser bastante estables en liderar los mejores precios.

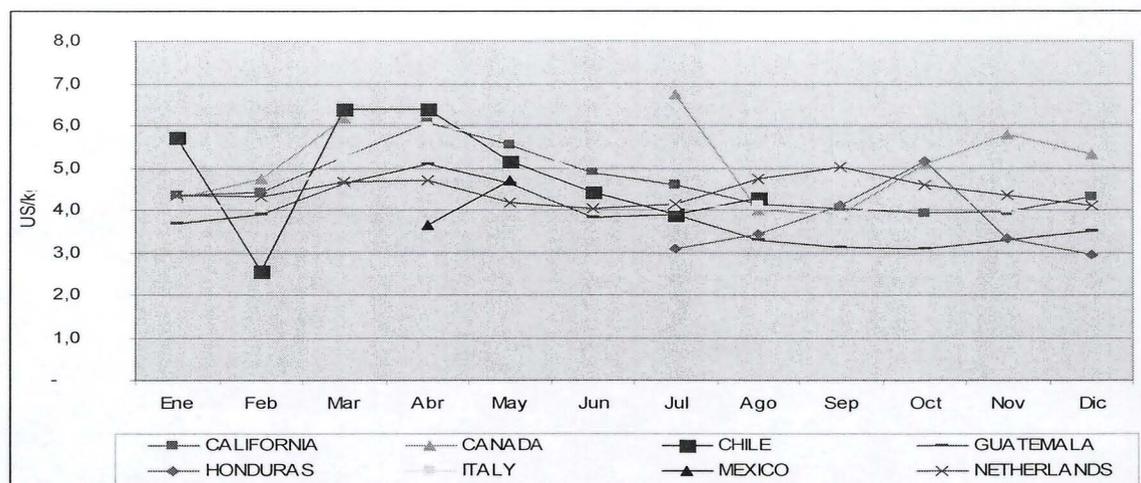
Gráfico 18. Promedio de precios en todos los mercados de Estados Unidos en el período 2001-2005, según origen, incluyendo producción interna.



Fuente: elaboración basada en antecedentes de USDA 2006

A su vez, en el gráfico 19 es posible ver la presencia de cada país durante el año. California, Italia, Guatemala y Holanda están presentes todo el año. Chile está presente desde enero hasta agosto y México tiene una ventana entre abril y mayo.

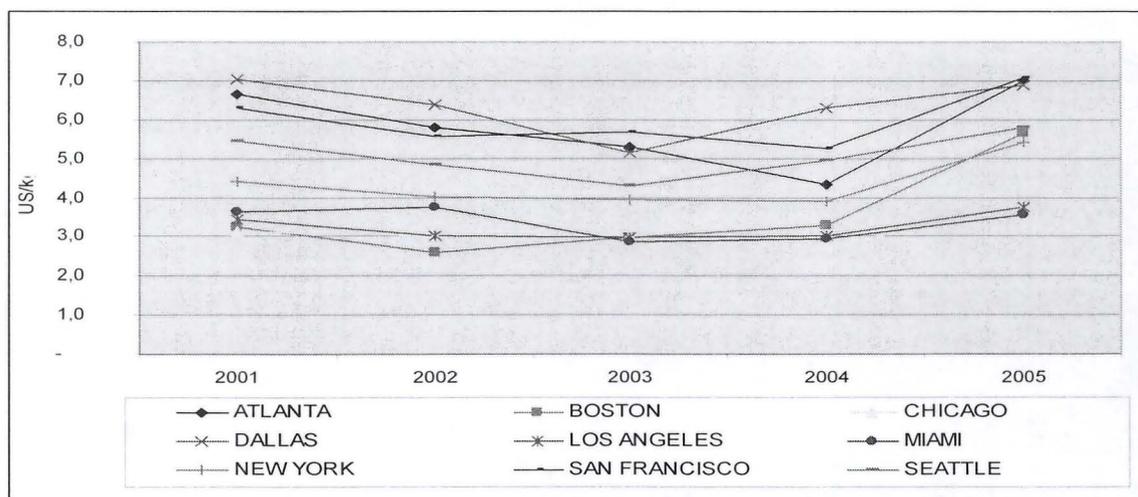
Gráfico 19. Promedio mensual de precios en todos los mercados de Estados Unidos en el período 2001-2005 según origen, incluyendo producción interna.



Fuente: elaboración basada en antecedentes de USDA 2006

Aparentemente las ciudades de Estados Unidos tienden a tener posiciones bastantes conocidas en términos de precios, año tras año. De esta forma, Dallas, Atlanta y San Francisco suelen ser los mercados donde se obtienen los mayores precios. En cambio Miami no paga buenos precios por este producto, a pesar de su fuerte población latina.

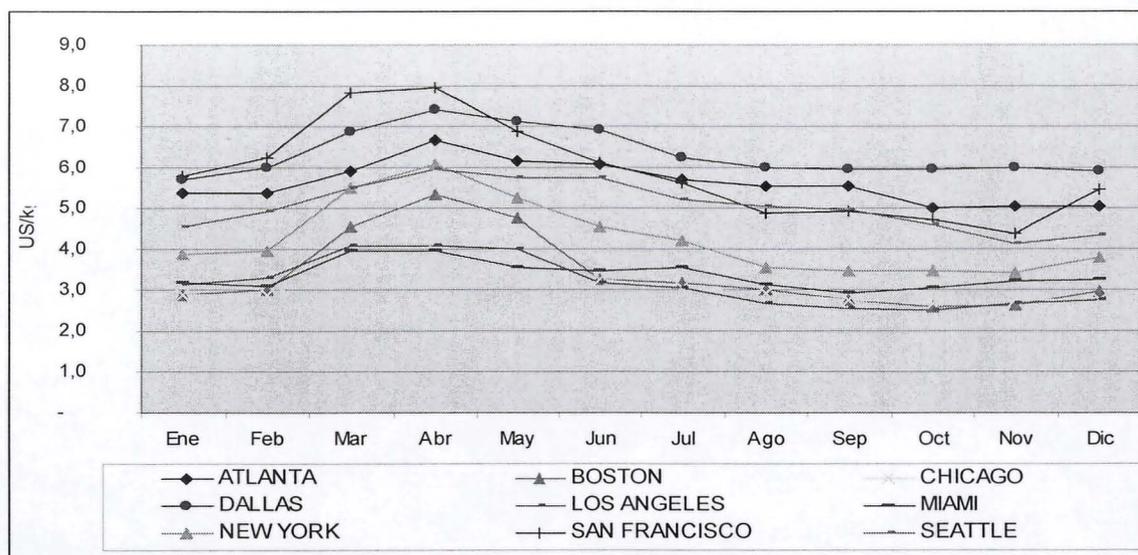
Gráfico 20. Promedio de precios anuales en las principales ciudades de Estados Unidos.



Fuente: elaboración basada en antecedentes de USDA 2006

Sin importar la ciudad, los mayores precios se dan en los meses de febrero y mayo, donde los volúmenes del hemisferio norte disminuyen en una cierta proporción. Es importante mencionar que si bien el radicchio de Chioggia se puede producir todo el año, los mayores picos están en invierno y verano, disminuyendo en otoño y primavera.

Gráfico 21. Promedio de precios mensuales en las principales ciudades de Estados Unidos. Período 2001-2005.



Fuente: elaboración basada en antecedentes de USDA 2006

III.4.1.4.12. Antecedentes sobre importaciones y estimación de demanda.

Si bien no existen antecedentes estadísticos precisos y específicos sobre importaciones estadounidenses de radicchio, la información disponible permite estimar que desde el año 2000 Estados Unidos ha estado importando entre 3.700 y 4.800 toneladas de radicchio en estado fresco, con un promedio aproximado a 4.200 toneladas. Al respecto

cabe mencionar que en el año 2006, hasta noviembre ya se tenía registrado un volumen superior a 4.700 toneladas, apreciándose una tendencia al crecimiento de estas importaciones a lo largo del período mencionado.

De acuerdo con lo señalado en el gráfico 17, unas 600 toneladas en promedio corresponderían a radicchio importado desde Chile. Sin embargo, conforme a las estadísticas de exportaciones chilenas (ODEPA 2006), el volumen de radicchio chileno exportado a estados Unidos ascendió a 13.800 toneladas en el período 2000-2005, lo que significa un promedio anual en torno a 2.300 toneladas.

Sobre la base de esta discrepancia se puede afirmar que el mercado de Estados Unidos representa actualmente para Chile una demanda anual de un mínimo de 600 toneladas y un máximo de 2.300 toneladas. Asumiendo, a su vez, un rendimiento promedio de 12 toneladas por hectárea y un porcentaje exportable de 75%, esas cifras implican que para satisfacer las necesidades actuales del mercado de Estados Unidos se requiere una superficie de cultivo que estaría entre un mínimo de 67 y un máximo de 255 hectáreas. Esta última cifra parece ser más compatible con la información de área cultivada de esta especie que se ha estimado para Chile.

Otra fórmula de estimación más específica para el radicchio Tardivo di Treviso indica que de las 1.740 ha totales de radicchio que se cultivan en Estados Unidos, alrededor de 5% podría corresponder a dicha tipología, cuya oferta está disponible en el mercado entre noviembre y abril.

Asumiendo que en el período de contra estación se puede demandar 70% del consumo de plena temporada y que Chile puede aspirar a un 50% de dicha demanda, los requerimientos de radicchio Tardivo di Treviso ascenderían a la producción equivalente de a lo menos 30 hectáreas.

III.4.1.4.13. Resumen de la situación del radicchio en Estados Unidos

Como síntesis de lo descrito sobre la situación del radicchio en Estados Unidos se puede comentar lo siguiente:

1. La superficie de cultivo y volúmenes de radicchio que se comercializan en el mercado de Estados Unidos es aún poco significativa con relación a otros productos hortícolas, situación que determina la disponibilidad de muy poca información oficial sobre el rubro.
2. Al analizar las proyecciones del consumo por vegetales frescos en general, se observa que hay un futuro relativamente promisorio para estos, especialmente considerando sus virtudes de producto sano, condición muy valorada actualmente por la mayoría de la población. Esta perspectiva es particularmente promisoriosa para los productos frescos envasados (IV Gamma), apreciándose que en este segmento el radicchio puede seguir siendo una alternativa importante.
3. Para el radicchio chileno se presenta una competencia muy fuerte de parte de Guatemala y Honduras, que están expandiendo su área de cultivo y tienen ventajas de costo de transporte por la mayor cercanía al mercado. Por esta razón los productores chilenos debieran ser bastante cautelosos respecto de aumentar significativamente la superficie cultivada de radicchio de Chioggia y/o de Verona.

4. No obstante lo anterior, se percibe una posibilidad cierta para el radicchio Tardivo di Treviso, debido especialmente a su especificidad y a que las condiciones edafoclimáticas de Guatemala y Honduras no serían apropiadas para cultivar este tipo de radicchio. Además, se menciona que para seguir ocupando un nicho en un mercado como este es necesario producir productos hortícolas de mayor nivel tecnológico y valor agregado, como es el caso de dicho tipo.
5. La demanda por radicchio chileno proveniente de Estados Unidos se ha estimado que actualmente se situaría entre un mínimo de 600 y un máximo de 2.300 toneladas, lo que en términos de superficie cultivada significaría entre 67 y 255 hectáreas que se debieran destinar anualmente a esta especie. En el caso específico del radicchio Tardivo di Treviso los requerimientos estimados serían de un equivalente a 30 hectáreas de cultivo.

Respecto del caso de Estados Unidos es muy incierto el destino, es posible derivar parte de lo que se cultive para Italia hacia USA en la medida que se abra mercado, pero aun así sería una especialidad tipo foodservices (restaurantes exclusivos, turismo, etc.)

III.4.1.5. Situación del radicchio en Italia

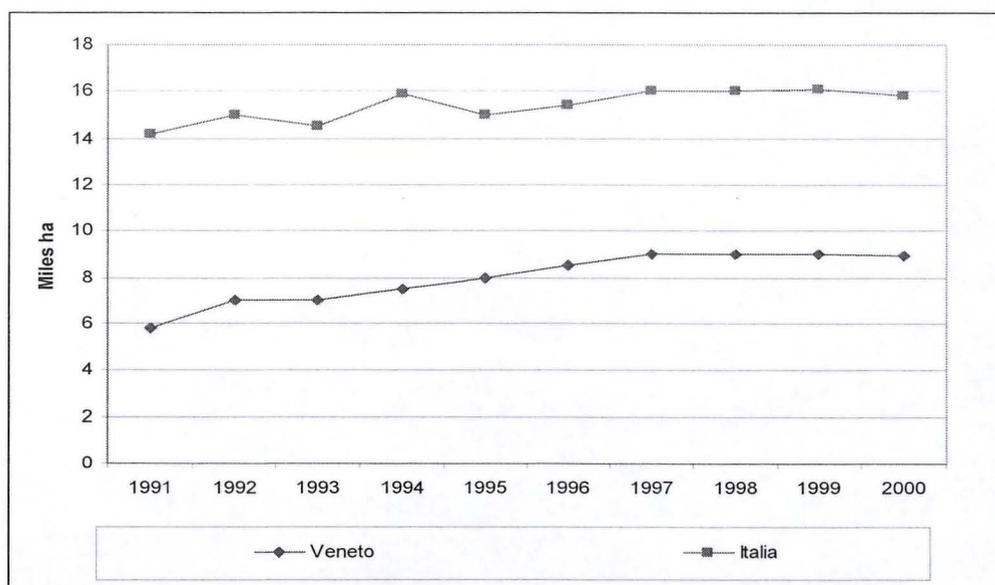
III.4.1.5.1. Superficie y distribución del cultivo de radicchio

La producción hortícola nacional en Italia se encuentra en torno a 13 millones de toneladas, lo que representa un 30% de la producción completa de los países de la Unión Europea y cerca del 3% de la producción mundial de estas especies. Esto demuestra la fuerte vocación hortícola de este país, lo que se hace más latente en el caso particular del radicchio, ya que en Italia se produce más del 80% del volumen de radicchio producido a nivel mundial.

Actualmente la superficie destinada al cultivo del radicchio en Italia está en torno a las 16.000 ha. Una de las áreas más importantes de cultivo es el Nor Este, en particular la región del Veneto, región en la cual la superficie de cultivo de esta especie supera las 8.500 hectarea. Esto significa que más de la mitad de la producción italiana se encuentra en ella.¹¹

En el gráfico 22 puede observarse, además, que la tendencia de este cultivo es claramente positiva y con bastante estabilidad durante los últimos años, lo que puede ser atribuible al continuo incremento de su consumo.

Gráfico 22. Evolución de la superficie de radicchio en Italia entre 1991 y 2000



Fuente: Istat

Por otra parte, el radicchio representa uno de los cultivos hortícolas más importantes en la región del Veneto. Hacia el año 2004, la superficie completa superó las 9.000 ha, registrándose un aumento del 2% con relación al año 2000.

De acuerdo con los datos de la tabla 7, la superficie veneta cultivada de radicchio representa cerca del 56% del total. La siguen las regiones de Puglia y Abruzzo, con

¹¹ L'Informatore Agrario, Junio 2005.

cerca de 2.200 y 1300 ha, respectivamente. Estas tres regiones, en conjunto, dan cuenta de casi el 80% de la superficie total Italiana dedicada al cultivo del radicchio.

Tabla 7. Superficie y producción de radicchio en Italia 2004.

Región	Superficie Total (ha)	Participación (%)	Cosecha (q)
Piemonte	44	0,27	8.607
Lombardia	533	3,29	138.469
Trentino-Alto Adige	73	0,45	11.140
Veneto	9.099	56,15	1.184.111
Friuli Venecia Giulia	68	0,42	7.965
Liguria	20	0,12	3.355
Emilia-Romagna	794	4,9	154.530
Toscana	161	0,99	33.903
Umbria	11	0,07	1.770
Marche	528	3,26	113.650
Lazio	495	3,05	94.196
Abruzzo	1.350	8,33	270.850
Molise	100	0,62	19.000
Campania	149	0,92	31.052
Puglia	2.230	13,76	381.282
Basilicata	120	0,74	42.000
Sicilia	331	2,04	20.560
Sardegna	100	0,62	14.488

Fuente: Istat

En Italia se cultiva una gran variedad de tipos de radicchio y muchos diferentes cultivares, dado la diversidad climática y el alto grado de difusión comercial que tiene el producto.

Como puede apreciarse en la tabla 8, el radicchio Rosso di Chioggia tiene una concentración muy fuerte en la provincia de Venecia (cerca del 50% del total). A su vez, el Rosso de Verona naturalmente tiene un mayor impacto en la provincia de Verona. En el caso del Rosso de Treviso, en cambio, tiene mayor presencia en Venecia que en Treviso, en donde se comercializa con denominación geográfica. El radicchio variegado de Castelfranco claramente domina en la Provincia de Padova

Tabla 8. Distribución geográfica de las tipologías de radicchio en Veneto.

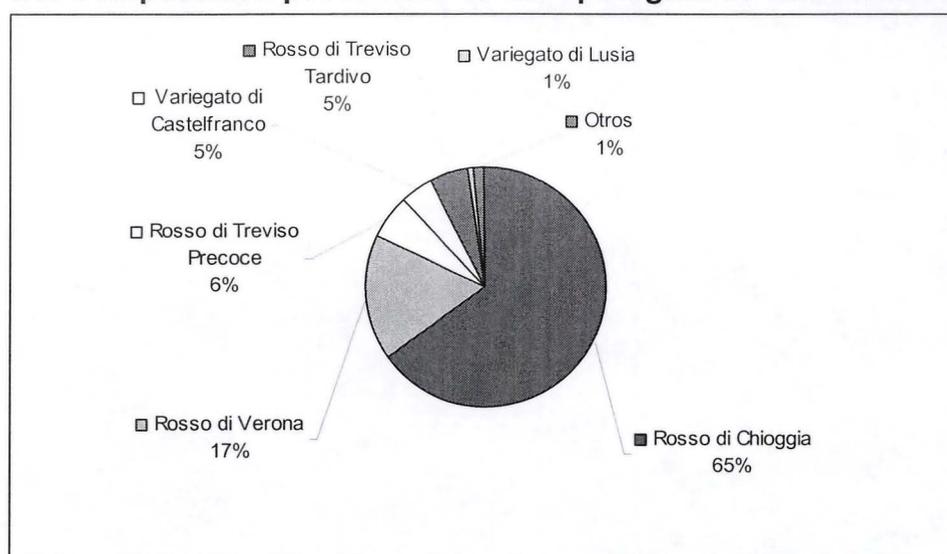
Tipología	Zona de Producción	Producción (%)
Rosso di Chioggia	Venecia	51
	Rovigo	24
Rosso di Verona	Verona	50
	Vicenza	30
Variegado di Castelfranco	Padova	80
	Treviso	8
Rosso di Treviso	Venecia	54
	Treviso	30

Así como ocurre a nivel mundial, en el propio Italia, y en particular en el Veneto, la tipología Rosso di Chioggia (65%) es lejos de mayor producción, seguido muy detrás por el tipo Rosso di Verona (17%). El Tardivo di Treviso alcanza solo alcanza un 5,2% de participación y se produce en dos comunas de la región veneta: Venecia y Treviso.

Tabla 9. Composición porcentual de las tipologías de radicchio en Veneto.

Tipología	Porcentaje de la Producción Total Regional
Rosso di Chioggia	65
Rosso di Verona	17
Rosso di Treviso Precoce	6
Variegato di Castelfranco	4,5
Rosso di Treviso Tardivo	5,2
Variegato di Lusía	1
Otros	1,3

Gráfico 23. Composición porcentual de las tipologías de radicchio en Veneto.



Fuente: ISTAT

III.4.1.5.2. Comercialización del radicchio en Veneto¹²

El 80% de la superficie total de radicchio cultivada en el Veneto tiene un promedio de 1,5 ha por explotación. Menos del 20% de la producción de radicchio forma parte de una estructura asociativa, mientras que el 80% vende directamente al mercado local. Las principales formas de comercialización de radicchio en Veneto son tres:

1. La primera, que representa al 40% de la producción, es aquella en que el productor vende directamente al mayorista, el cual establece la condición de

¹² L'Informatore Agrario Giugno 2005

compra. En este esquema la única ingerencia que puede tener el productor en el resultado final de su negocio es al interior del predio: costos y productividad.

2. Una segunda modalidad de comercialización es aquella en que el productor es socio de una estructura asociativa (cooperativa o asociación de productores) que interviene el producto con elaboración y/o transformación. Este esquema permite interferir las condiciones de mercado del producto y tener una mayor amplitud de oportunidades de venta. Esto representa cerca del 20% de la comercialización.
3. Finalmente, la tercera forma, es la entrega directa al mercado mayorista o intermediario a través de la consignación. Esto es 40% de la producción.

III.4.1.5.3. Precios del radicchio en Italia

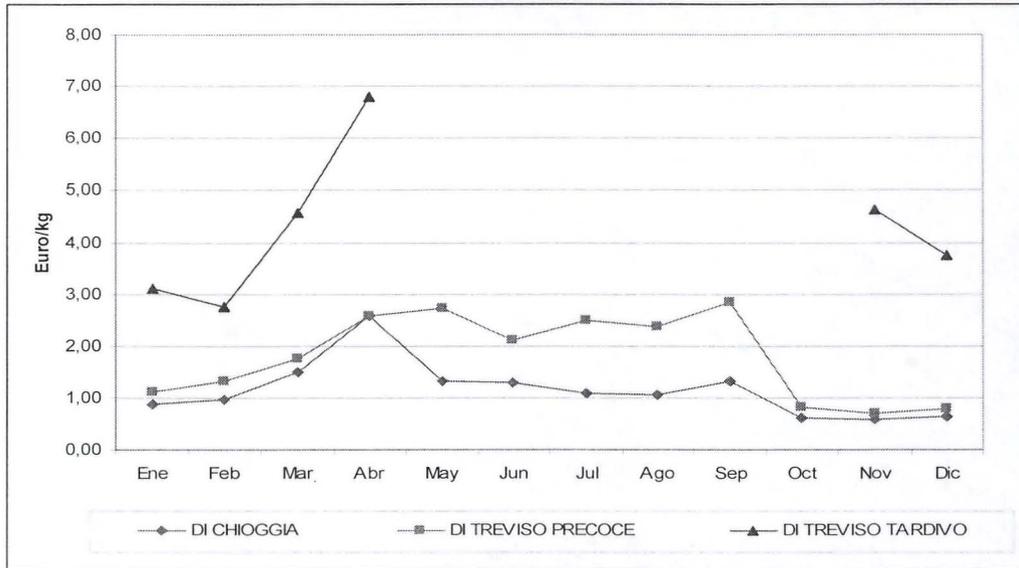
A pesar de que el radicchio, como se ha dicho, se produce y comercializa en todo Italia, el principal mercado mayorista para la venta de radicchio es el de Padova, el cual se ha escogido para representar la situación de precios del producto. Cabe indicar que no se obtuvieron registros de los otros tipos de radicchio en este mercado, por lo que se asume que el Rosso di Verona debiera seguir un comportamiento similar al Chioggia. Respecto del tipo Variegato di Castelfranco no es posible presumir lo mismo ya que en conversación con el director del Mercado Hortofrutícola de Padova se indicó que el Castelfranco tiene un mejor precio en general que Chioggia, y merece un estudio aparte.

En el gráfico se observa el promedio de precios (Euro/kilo) por meses y según tipología entre los años 2003 y 2005.

Las principales observaciones son:

1. El Chioggia están presente todo el año.
2. El Tardivo de Treviso solo está presente desde noviembre hasta abril.
3. El Tardivo Precoce estuvo presente todo el año, lo que no es normal para esta tipología.
4. El Treviso Precoce muestra un promedio siempre superior a Chioggia aunque la diferencia no es significativa.
5. El valor del radicchio Tardivo de Treviso es significativamente superior a cualquier otro tipo de Radicchio.

Gráfico 24. Promedio de precios (Euro/Kg.) por mes según tipología en el Mercado Hortofrutícola de Padova (2003-2005)



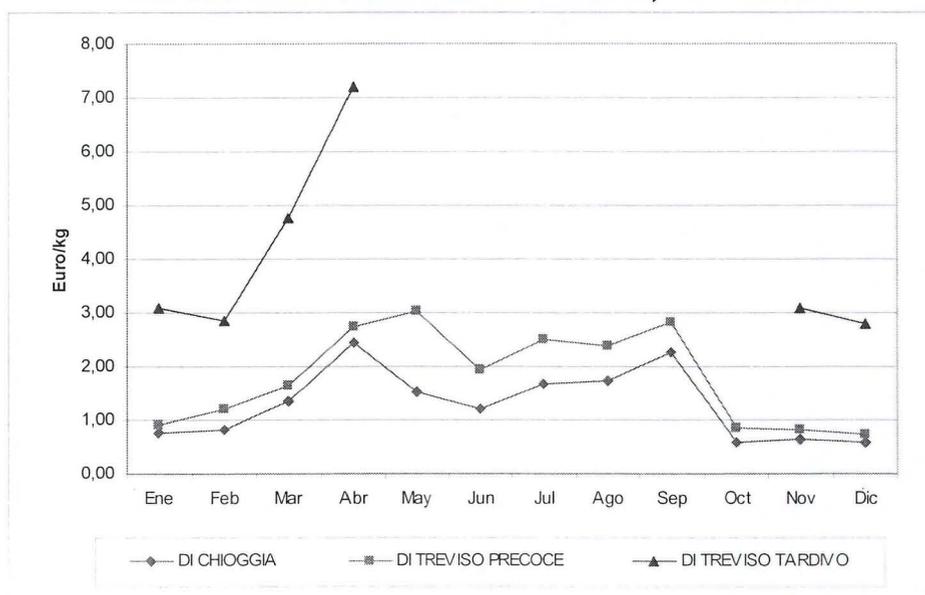
Fuente: ISMEA, 2006

Para poder evaluar históricamente la venta de radicchio se hizo un análisis de año en particular, siempre en el Mercado de Padova

En el año 2003, los precios mínimos de Chioggia, a nivel de mercado mayorista, se registraron entre octubre y enero, con mínimos de 0,8 Euros/kilo. Si se considera que de este valor el productor italiano recibe aproximadamente un 60%, vale decir (0,48 Euros/Kg.), el productor en el peor momento es capaz de cubrir de sus costos que son para el caso de Chioggia cercanos a 0,43 Euros/kilo (Ver Anexo 2). Un comportamiento muy similar describe el Treviso Precoce.

Destaca lejos el Tardivo de Treviso, que tiene sus mejores precios de febrero a abril, superando los 7 Euros/kilo, aunque nunca baja de 2,8 euros/kg. Su curva de precios es coincidente en términos de máximos y mínimos con la de los otros tipos de radicchio y tiene que ver con mayor menor disponibilidad en el mercado.

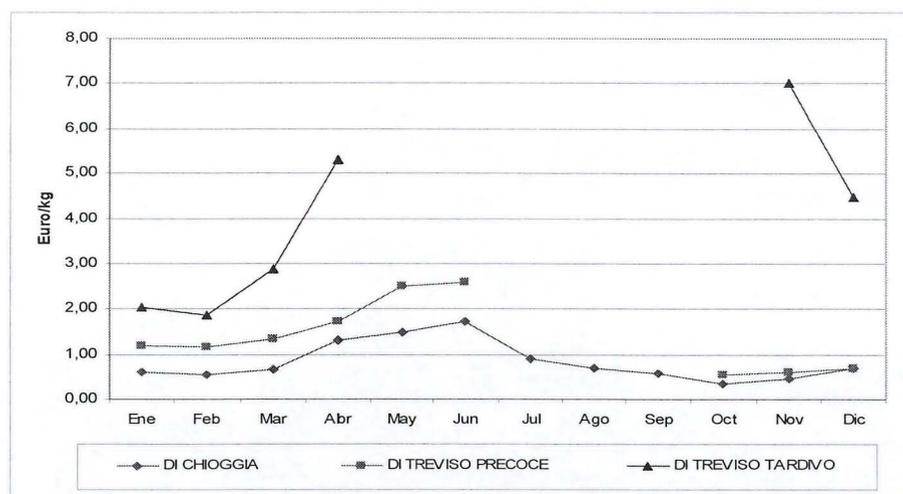
Gráfico 25. Promedio de precios (Euro/Kg.) por mes según tipología en el Mercado Hortofrutícola de Padova, Año 2003.



Fuente: ISMEA, 2006

En el año 2004, la figura tiene algunos cambios. En primer lugar los precios tuvieron máximos y mínimos menores al año anterior. Por otra parte este cuadro refleja mejor que el año 2003 la real presencia de las tipologías en el mercado. Solo Chioggia se comercializa todo el año.

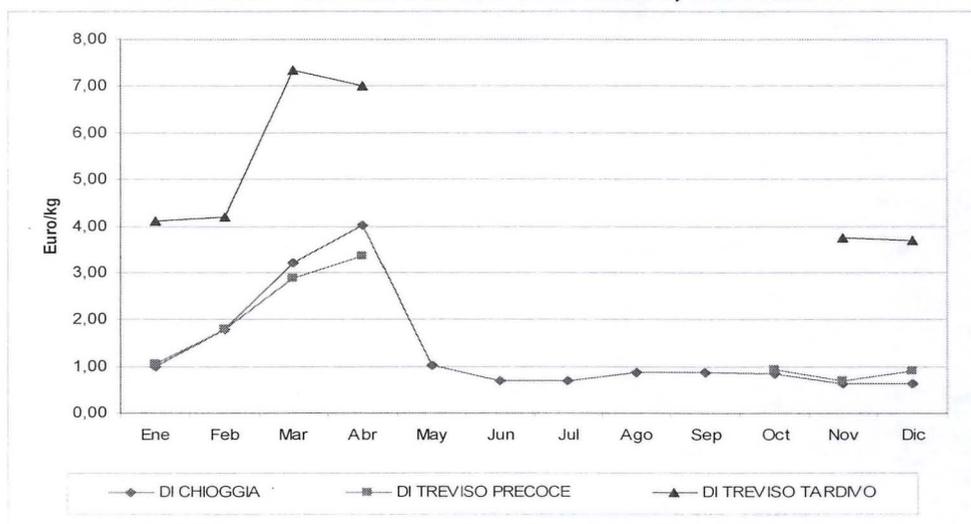
Gráfico 26. Promedio de precios (Euro/Kg.) por mes según tipología en el Mercado Hortofrutícola de Padova, Año 2004.



Fuente: ISMEA, 2006

En el año 2005, los precios volvieron a mejorar, llegando a valores muy altos el Chioggia entre marzo y abril, como así también Treviso Precoce.

Gráfico 27. Promedio de precios (Euro/Kg.) por mes según tipología en el Mercado Hortofrutícola de Padova, Año 2005.

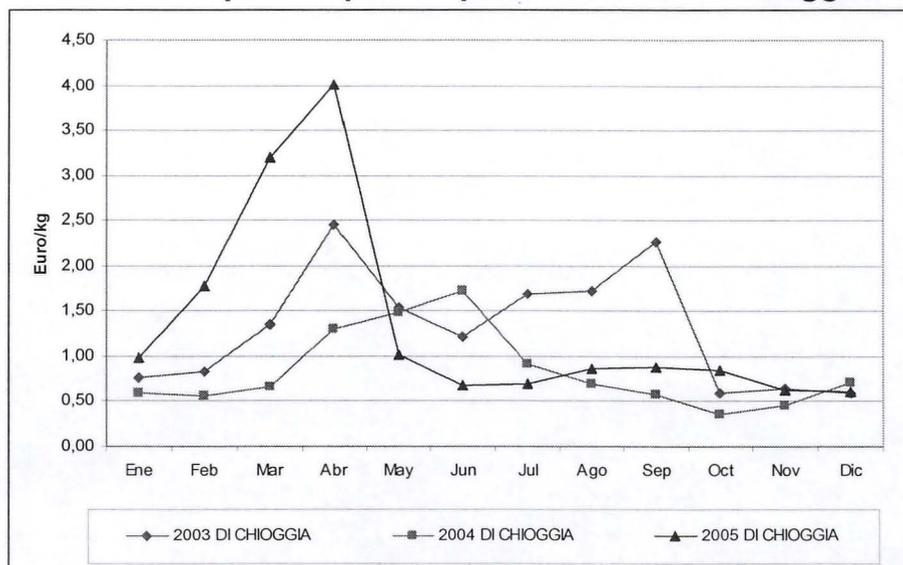


Fuente: ISMEA, 2006

III.4.1.5.4. Análisis de precios por tipología

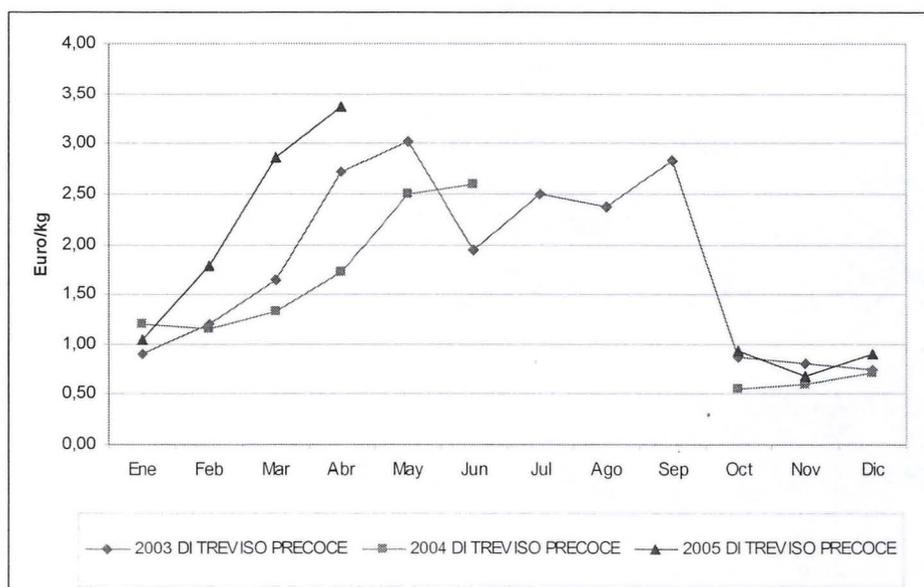
Los siguientes tres gráficos muestran el comportamiento individual de precios de cada una de las tres tipologías analizadas. En general Treviso Tardito y Precoce tienen un comportamiento mucho más predecible que Chioggia. Este último tiene una variación importante año tras año, con picos de precios aislados según año, pero una tendencia a tener un mayor valor entre febrero y abril, en todas las temporadas.

Gráfico 28. Promedio de precios (Euro/Kg.) por mes en el Mercado Hortofrutícola de Padova por temporada para radicchio di Chioggia.



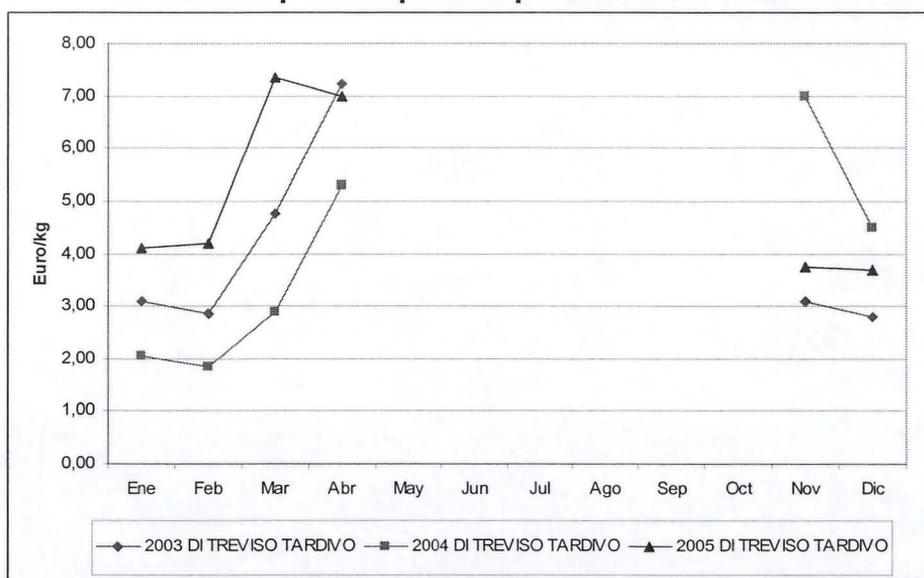
Fuente: ISMEA, 2006

Gráfico 29. Promedio de precios (Euro/Kg.) por mes en el Mercado Hortofrutícola de Padova por temporada para Treviso Precoce.



Fuente: ISMEA, 2006

Gráfico 30. Promedio de precios (Euro/Kg.) por mes en el Mercado Hortofrutícola de Padova por temporada para Treviso Tardivo.



Fuente: ISMEA, 2006

III.4.1.5.5. Importaciones y exportaciones

No fue posible encontrar cifras claras ni oficiales de las exportaciones e importaciones de radicchio en Italia. Sin embargo a nivel de comunicación personal con importantes

distribuidores¹³ del Veneto se pudo estimar que Italia importa desde Chile y Argentina un volumen muy pequeño y que no es constante año tras año. Los volúmenes varían según el año, desde 10 hasta 200 toneladas, mayoritariamente en los meses de abril y mayo.

De todos modos se debe considerar que la producción de América del Sur se tienen en época de baja producción italiana, lo que abre una ventana para este comercio en el período abril-junio.

También se debe considerar que en el otoño del hemisferio norte pocas toneladas también se transan en Europa provenientes de Alemania y los países del Este.

En cuanto a las exportaciones, son también poco relevantes, con envíos a Alemania, UK de manera regular, pero en bajos volúmenes, y a Estados Unidos, pero solo ocasionalmente.

III.4.1.5.6. Análisis particular del radicchio rosso Tardivo di Treviso

Tal como se mencionó antes, esta tipología de radicchio es la que da origen al resto y es parte importante de la cultura del Veneto y en particular de la comuna de Treviso.

Para proteger su negocio y dar mayor valor agregado a los productores tradicionales de este particular cultivo se han realizado importantes esfuerzos por parte de la región y la comuna, tales como, difusión, educación del consumo, etc.

A nivel comercial se creó hace algunos años el *Consorcio tutela Radicchio Rosso di Treviso e Variegato di Castelfranco*, el cual nace al alero de la Cámara de Comercio de Treviso. Su misión es proteger la Denominación Geográfica o de Origen del producto, con objeto de asegurar la calidad del producto. Dentro de las líneas de trabajo está el determinar la calidad del producto, sugerir técnicas culturales que permitan maximizar la cosecha de un producto tipo, el embalaje, etc.

Cabe indicar que no es obligatoria la participación en el Consorcio. Sin embargo, hay un fuerte compromiso de los productores locales por apoyar la iniciativa.

Se estima que en el Veneto habría no más de 400 hectáreas cultivadas de radicchio Tardivo de Treviso, con una producción promedio de 9 ton por hectárea, menor a la de Chioggia con 15 ton/ha, lo que suma una producción total de 3.600 toneladas al año.

En el año 1999, según información del Consorcio, había cerca de 220 toneladas comprometidas en este sistema, y para el año 2004 se disponían ya de 2000 toneladas, lo que representa cerca del 55% del total producido.

Aunque no ha sido posible acceder a mayor detalle de información, la gente ligada a este sistema asegura que obtienen un 20% de sobreprecio por certificarse a través del Consorcio.

Por otra parte, para intentar estimar la demanda potencial que habría para radicchio Tardivo di Treviso exportado por Chile al mercado italiano cabe tener presente las siguientes consideraciones:

- Si bien el radicchio Tardivo di Treviso es parte de la familia de los radicchios, presenta un consumo muy diferente al resto de ellos, razón por la cual, para los efectos de este estudio, debe ser entendido como un producto superior en su categoría. Esta situación queda de manifiesto en la comparación de precios consignada anteriormente.

¹³ Comunicación personal Bocolo Brothers.

- El mercado y la cultura italiana es conocida por su aprecio a la calidad y sus costumbres regionales. Es así como el radicchio Tardivo di Treviso, es de Treviso y se cultiva prácticamente solo en el Veneto (provincia de la cual Treviso es una comuna). Existen alrededor de 400 hectáreas al año, que se comercializan en la región del Veneto desde noviembre a abril, obteniendo, como ya se indicó, un precio que normalmente es el doble del de las otras tipologías.
- Existe interés de algunas compañías italianas por abrir antes la temporada con un producto de calidad. La empresa GREEN Fruit manifestó mucho interés por probar el radicchio Tardivo de Treviso desde Chile. La ventana que se abre antes del inicio de la temporada italiana indudablemente podría ser cubierta por Chile, dado que, a diferencia del resto de las tipologías, que disponen de variedades adaptadas a diferentes climas y por tanto pueden producir todo el año, en este tipo hay prácticamente una variedad.
- Eventualmente la demanda italiana por radicchio Tardivo di Treviso podría ser cubierta por Chile durante todo el período de contra estación. Si se asume que debido a la falta de costumbre de los italianos de disponerlo durante todo el año bajan su consumo de fuera de temporada a un 50% de lo que es durante plena temporada, significaría que Chile podría producir 200 ha solo para el mercado italiano. Si la experiencia resulta exitosa, los propios italianos tratarían de aumentar su venta, lo que haría que aumentara el consumo y disminuyera el precio, lo que para efectos de proyectarse haría que Chile se quedara con las mismas 200 ha para no estropear los precios.

En definitiva puede concluirse que inicialmente la demanda italiana por radicchio Tardivo di Treviso podría ser el equivalente a la producción de unas 200 hectáreas que se cultivarían en el período de contra estación (de abril a octubre), con particular énfasis antes del inicio de la temporada italiana.

Sin embargo, y con el sólo propósito de ser conservadores, en el presente estudio se propone comenzar esta iniciativa de desarrollo de una nueva alternativa de cultivo hortícola en el país con sólo la mitad de dicha demanda, lo cual considerando un tipo de productores similares a los de Italia (de no más de 1,5 hectáreas como promedio) significaría que habría a lo menos 65 productores de esas características que pudieran dedicarse inicialmente al rubro.

Por otra parte, conviene mencionar que se ha concluido que para desarrollar el negocio en Chile seguramente se requerirá la existencia de una empresa que realice la comercialización programada y que eventualmente canalice la producción para hacer adecuadamente el proceso de forzado.

Al respecto se estima que la producción de la planta bruta (sin etiolación) se encargaría en las mismas condiciones que se hace con el resto de los radicchios, en unidades de 2 a 5 hectáreas, ya que el consumo de mano de obra es importante. Es aquí donde se justifica que puede ser un negocio interesante para unidades productivas pequeñas y donde la elevada demanda de mano de obra podría ser aportada por los mismos miembros de una comunidad o familia.

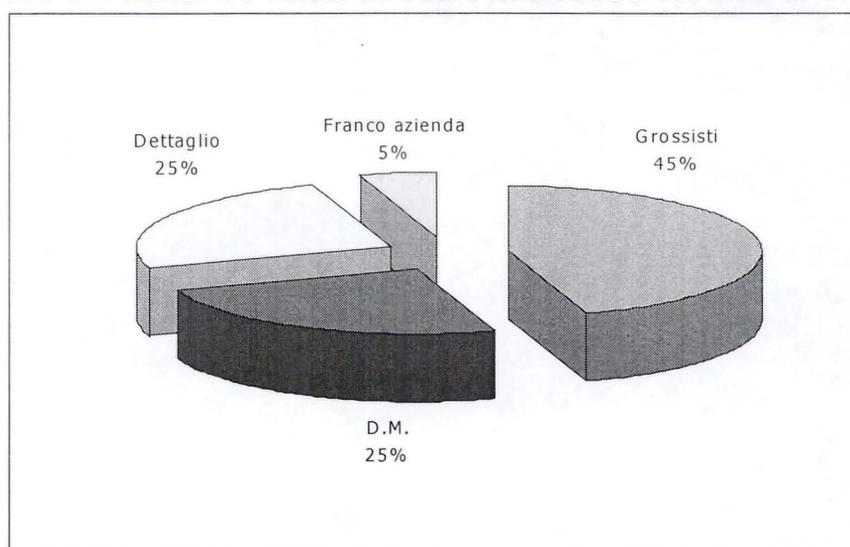
Es importante indicar que este es un cultivo que tiene un potencial importante, pero debe satisfacer el exigente mercado italiano, por lo que no es un cultivo de subsistencia sino un cultivo de alta tecnología y rentabilidad en pequeñas unidades, por lo cual se ha

sugerido denominarlo dentro de una categoría de cultivos de “artesanía hortícola de exportación.”

III.4.1.5.7. Canal de distribución del radicchio rosso Tardivo di Treviso.

De acuerdo con antecedentes proporcionados por el mencionado Consorcio, el canal de distribución mayormente utilizado por los productores afiliados al mismo es la venta al mayorista (Grossisti), que representa cerca del 45% de la venta total. Luego se ubicaría la distribución directa a supermercados (Distribuzione Moderna – D.M.) con una participación de 25%, al igual que la distribución al detalle tradicional (Dettaglio), que es muy similar al sistema de ferias libres que se instala en Santiago. Finalmente se encuentra la venta en campo (franco azienda), con sólo 5% de participación.

Gráfico 31. Canal de venta de radicchio rosso Tardivo di Treviso



Fuente: Consorcio tutela Radicchio Rosso di Treviso e Variegato di Castelfranco

III.4.1.5.8. Cadena de valor del radicchio Tardivo di Treviso.

La misma fuente de información señalada anteriormente ha estimado que el 50% del precio al consumidor (a nivel de supermercado) del radicchio rosso Tardivo di Treviso corresponde al margen de comercialización de las cadenas de supermercados, incluyendo dentro de esto las mermas y otras pérdidas que se producen en el proceso de comercialización. Sobre este particular vale la pena insistir que este margen se refiere al precio a consumidor y no al indicado para el mercado de Padova que se ha mencionado anteriormente. El resto del precio se distribuye en un 5% que recibe el distribuidor o el trader, en tanto que el 45% restante lo recibe el productor.

III.4.1.5.9. Aspectos interesantes de destacar

Según estudios realizados en Italia por el Dr. Franco Tosini¹⁴, profesional y académico de reconocida capacidad en la materia, un aspecto particularmente importante para el éxito económico del cultivo del radicchio, en especial del rosso Tardivo di Treviso, es la correcta selección de semillas de acuerdo a las condiciones climáticas y de suelo del terreno, ya que ésta decisión puede afectar significativamente la productividad del cultivo.

En el caso del radicchio di Chioggia se considera que su rendimiento puede variar entre 13 y 20 toneladas por hectárea, en cambio, en el cultivo del radicchio Tardivo de Treviso se obtienen rendimientos que van desde 7 hasta 12 toneladas por hectárea.

El Dr. Tosini también afirma que algo parecido ocurre respecto a la época de cosecha, señalando que en el caso del radicchio di Chioggia, hay variedades y manejos que permiten tener producción continua casi todo el año en una sola localidad. Sin embargo, esta situación no sería la misma para el radicchio Tardivo di Treviso, lo que determina que su disponibilidad en el mercado sólo se extienda desde noviembre hasta abril, como ya se señaló anteriormente. Esto último es lo que hace posible que en Chile exista una importante oportunidad para esta tipología en el período de contra estación, particularmente durante los meses de mayo y junio, que sería una época adecuada de cosecha para nuestra producción. Más aún considerando que esta tipología logra valores de mercado muy superiores a las otras tipologías que se están cultivando actualmente en el país.

III.4.1.5.10. Resumen de la situación del radicchio en Italia

Como síntesis de la situación descrita para el mercado de Italia se pueden señalar los siguientes comentarios:

1. En este país se concentra el 80% de la producción y el consumo de radicchio que se produce y consume en todo el mundo.
2. En Italia se cultivan todos los tipos de radicchio que se distinguen botánicamente (8 tipologías), pero hay una clara predominancia del tipo Rosso di Chioggia. Sin embargo, también hay dos tipologías que tienen un carácter diferente y son más exclusivos: Tardivo di Treviso y Castelfranco y cuyas diferencias se manifiestan en el mercado con una clara diferenciación de precios a favor de estos últimos.
3. El comportamiento de este mercado es mucho más predecible que el norteamericano, aunque aquello tenga mucho que ver con una suerte de mercado cerrado, esto es producen lo que consumen.
4. La oportunidad para Chile de enviar radicchio di Chioggia permanece abierta, pero se considera que es de menor importancia y es potencialmente muy errática. Por ello, salvo mediante agricultura de contrato, cultivar en Chile de radicchio di Chioggia para el mercado italiano tiene un elevado riesgo, que le hace perder atractivo a este cultivo.
5. Los precios del radicchio Tardivo di Treviso y la discontinuidad de su abastecimiento durante los meses de abril a octubre hacen sumamente atractivo probar este cultivo en el país, presumiéndose que se pueden intentar incursiones

¹⁴ Dr. Franco Tosini, Veneto Agricoltura. Trabajo sin publicar.

en escalas moderadas que no lleguen a afectar el comportamiento de los precios (no más allá del equivalente a la producción de unas 200 hectáreas, como máximo), considerando que el valor de este producto permite el transporte aéreo.

6. Hay empresas, como GREEN Fruti, que han manifestado alto interés por probar abastecimiento de radicchio Tardivo de Treviso desde Chile en el período de contra estación.
7. Debido a la sensibilidad de los rendimientos del cultivo a la calidad de la semilla y a la ubicación del cultivo, se considera de gran importancia realizar estudios locales relativos a la disponibilidad de orígenes de las semillas y tendientes a probar zonas de cultivo, ya que una correcta elección en estas materias puede hacer cambiar notablemente la rentabilidad del negocio.
8. Además, la dispersión de rendimientos según la elección de la fuente genética hace pensar que existe un largo y fructífero camino que recorrer en el tema del mejoramiento genético, aspecto que Chile podría abordar, incluso mejor que Italia, fundamentalmente por el costo.

III.4.1.6. Resumen del negocio de radicchio rosso Tardivo di Treviso

Este producto tiene un alto precio en Italia, pudiendo llegar a ser casi tres veces más que el resto de las tipologías, como se apreció anteriormente. No tienen producción todo el año por sus requerimientos climáticos específicos. Su adaptabilidad geográfica es menor ya que requiere climas más suaves y frío, a diferencia del resto que tiene una mejor adaptabilidad.

A nivel de productor es un negocio mucho mejor que el resto de los radicchios y permite incluso el envío área (ver Anexo 3).

Para esta tipología se ha calculado en un escenario moderado de US\$ 4 por kilo. de venta en Italia, y US\$ 2,7 por kilo. de retorno a productor en Chile una rentabilidad de US\$ 19.163/ha, versus los US\$ 2.580/ha que puede dejar un buen escenario de Chioggia (ver Anexo 3).

En Veneto hay una capacidad de 400 hectáreas. Si Chile logra abastecer en contra estación y cubriera solo la mitad de la demanda en su propia estación, estaríamos hablando de 200 hectáreas en Chile, la mitad de lo que hay del tipo Chioggia, con ingresos para Chile de 76,6 millones de dólares.

Los desafíos mayores están en generar un acuerdo de poder de compra con una empresa Italiana (hay ya una interesada) y ver si el producto es capaz de llegar por barco en buenas condiciones. Se sabe que por avión no tiene problemas.

Otra alternativa a estudiar es enviar la planta bruta y hacer el forzado en Italia.

Por último se ha pensado en darle un a mayor elaboración a este producto y enviarlo en conserva, al agua o en aceite, ya que su consumo final es en cocina u horno y no en fresco directamente.

III.4.1.7. Conclusiones finales

Las principales conclusiones de este estudio de mercado se refieren a que:

1. Existe una ventana muy atractiva de negocio para el radicchio Tardivo de Treviso.
2. Se puede decir que es un ejemplo típico de lo que es generar productos de alto valor agregado en unidades pequeñas de producción.
3. Con apoyo y una cadena este cultivo puede llegar a ser una alternativa bastante apropiada para pequeños productores hortícolas de la Agricultura Familiar Campesina.
4. Hay un trabajo importante que hacer en esta tipología pero también en el resto de estudiar de mejor manera la relación semilla-zona para mejorar sustancialmente los rendimientos.
5. A nivel de disponibilidad de calidad de semilla hay que indicar que no hay programas serios de producción de ellos con excepciones muy aisladas. Si Chile está con una capacidad y costos que permiten hacer mejoramiento genético, esta especie sería una de las que hay que considerar.
6. Se propone fuertemente seguir adelante con un estudio técnico que permita despejar las dudas que pudieran haber del desarrollo de Tardivo di Treviso en Chile, especialmente en relación a su capacidad de viaje y capacidad de ser trabajado en agroindustria.

III.4.3. Situación legal del radicchio Rosso de Treviso

III.4.3.1. Denominación de origen (D.O.) e indicación geográfica (I.G.)

Los conceptos de “**denominación de origen (D.O.)**” e “**indicación geográfica (I.G.)**” constituyen una categoría de derechos de propiedad intelectual que, al igual que otros, como marcas y patentes, los países miembros de la OMC están obligados a dar protección.

El concepto de indicación geográfica está definido en ADPIC como las que identifiquen un producto como originario del territorio de un Miembro o de una región o localidad de ese territorio, cuando determinada calidad, reputación, u otra característica del producto sea imputable fundamentalmente a su origen geográfico.

En efecto, dentro del acuerdo de Marrakech que puso término a la Ronda de Uruguay, se incluye el tratado denominado “Acuerdo sobre los aspectos de la propiedad intelectual relacionados con el comercio”, conocido por sus siglas en español ADPIC y en Inglés TRIPS.

Dicho tratado contiene normas y estándares mínimos sobre la protección a las denominaciones de origen e indicaciones geográficas que los Estados miembros deben respetar. Tales normas se encuentran entre los artículos 22 y siguientes del ADPIC o TRIPS. Por otra parte la Ley 19.996 que adecuó a Chile a los estándares de ADPIC contiene normas sobre denominaciones de origen en sus artículos 92 y siguientes.

A mayor abundamiento, la Unión Europea, el lugar de origen de estos conceptos y el lugar en donde gozan de la mayor protección jurídica tiene su propia legislación en la materia constituida por las Regulación (EEC) No 2081/92 y Regulación (EEC) No 2082/92, ambas de 1992.

Asimismo Italia, el país al cual pertenece el producto Radicchio Rosso di Treviso tiene sus propias normas internas sobre D.O. e I.G. responsable Ministero delle Risorse Agricole, Alimentari e Forestali, que deben cumplir con ADPIC y también con las normas de la Unión Europea.

Por otra parte, Italia parece ser dentro de Europa uno de los países con normas más sólidas sobre D.O. e I.G., toda vez que es uno de los pocos países que han ratificado el **Arreglo de Lisboa** relativo a la Protección de las Denominaciones de Origen y su Registro Internacional, el tratado más exigente en cuanto a la regulación de las D.O. e I.G.

III.4.3.2. Antecedentes sobre la situación de la expresión Radicchio Rosso di Treviso

Esta expresión es una Indicación Geográfica (I.G.) reconocida en la lista de nombres registrados bajo las regulaciones de la Comunidad Económica Europea (EEC). En efecto, el **Reglamento de la Unión Europea N° 1263 de 1996** reconoce al “**Radicchio Rosso di Treviso**” como una indicación geográfica.

Además, el **Decreto ley italiano de 9 de Febrero del 2006** del **MINISTERO DELLE POLITICHE AGRICOLE FORESTALIDECRETO** le otorga al “**Consorcio radicchio rosso di Treviso**” el poder de vigilar para la protección del producto en cuestión

Finalmente se copia la página web (en construcción) del Consorcio mismo en la cual aparece una dirección de correo electrónico en donde poder solicitar informaciones y la de la ciudad de Treviso en la cual encontrará algunas informaciones acerca de la historia y características del radicchio.



Sede Operativa
Sede Legale

Villa Guidini
Via G.B. Guidini, 50
31059 Zero Branco (TV)
TEL. +39 0422 486073
FAX. +39 0422 489413

c/o C.C.I.A.A. di Treviso
Piazza Borsa, 1
31100 TREVISO

consorzio@radicchioditreviso.it

Sito in Costruzione

- I.G. Contenida en Anexo II LISTA DE NOMBRES REGISTRADOS BAJO LA REGULACION (EEC) NO 2081/92 Y REGULACION (EEC) NO 2082/92 **Radicchio Rosso di Treviso (PGI)**

Además se encuentra registrado el nombre **Radicchio Variegato di Castelfranco (PGI)**, también una indicación geográfica protegida registrada ante la CEE.

III.4.3.3. Uso de la indicación geográfica Radicchio Rosso di Treviso.

Según normas que se adjuntan, el concepto de indicación geográfica **está definido en ADPIC como las que identifiquen un producto como originario del territorio de un Miembro o de una región o localidad de ese territorio, cuando determinada calidad, reputación, u otra característica del producto sea imputable fundamentalmente a su origen geográfico.**

Una definición similar contempla la normativa de la Unión Europea y la misma Ley chilena 19.996.



REGIONE DEL VENETO



PROVINCIA DI TREVISO

*Sito realizzato con
il contributo di*



CAMERA DI
COMMERCIO INDUSTRIA
ARTIGIANATO
AGRICOLTURA
TREVISO

Una indicación geográfica es un derecho reconocido para productos cuya reputación se debe fundamentalmente a su origen geográfico.

Los elementos son por lo tanto:

- 1- Que esté legalmente reconocida.
- 2- Que efectivamente el producto provenga de una región geográfica delimitada. No se exige que provenga en un ciento por ciento si no fundamentalmente lo que deja cierto margen.
- 3- Que por ello goce de reputación
- 4- Otorga un derecho exclusivo de uso a quienes elaboran el producto dentro de la zona geográfica delimitada.
- 5- Se requiere una entidad que administre y controle el uso de la I.G., en el particular EL "**Consorcio radicchio rosso di Treviso**".

Una vez que legalmente se reconoce la indicación geográfica, en este caso Radicchio di Treviso, los productores tienen que demostrar que están ubicados en la región geográfica delimitada, y para ello en cada caso existe una entidad, como la señalada, ante la cual se deben acreditar o registrar y que controla el uso de la indicación geográfica, en este caso Radicchio di Treviso, la cual solo pueden usar aquellos productores que estén registrados y autorizados por dicha entidad.

En el caso de radicchio rosso di Treviso es una indicación geográfica no solo válida y legalmente reconocida en Italia si no también está registrada ante la Unión Europea. Por lo tanto es un nombre protegido en todos los países de la Unión Europea.

III.4.3.4. Situación relativa a la producción y exportación de Radicchio di Treviso

III.4.3.4.1. Chile

En Chile la ley 19.996 es muy reciente y no existen aun indicaciones geográficas protegidas chilenas ni extranjeras, sin perjuicio de existir fallos de la autoridad marcaría rechazando a registro marcas que contenga indicaciones geográficas o denominaciones de origen como champagne y otras.

Por otra parte, de acuerdo a ADPIC, Chile está obligado a reconocer las indicaciones Geográficas y denominaciones de origen extranjeras.

Aunque actualmente en Chile la expresión Radicchio rosso di Treviso no está protegida como IG según el procedimiento y registro de la ley 19.996, lo más probable es que si Chile se convierte en un productor de radicchio pronto se registre tal IG por parte de sus titulares italianos. Más aun por cuanto la ley contempla un procedimiento especial o más sencillo para el reconocimiento de I.G. y D.O. extranjeras en Chile y la UE está especialmente interesada en este tipo de protección.

III.4.3.4.2. Europa, incluyendo Italia

Definitivamente por la calidad de I.G. reconocida ante la Unión Europea el uso de la expresión Radicchio Rosso di Treviso corresponde exclusivamente a aquellos productores ubicados en la región delimitada de Italia para esta IG. y que además sean controlados y autorizados por la entidad citada encargada del control de la IG Radicchio rosso di Treviso.

La norma prohíbe también el uso de nombres similares o con las palabras "tipo", "similar a" etc.

Por tanto productos provenientes de Chile no pueden ser exportados, etiquetados ni vendidos como Radicchio Rosso di Treviso.

Cabe señalar que hasta ahora la política de los países europeos respecto de la protección de sus D.O. e I.G. en el exterior es actuar defensivamente cuando detectan infracciones, más que registrar sus nombres en cada país del mundo.

III.4.3.4.3. Exportaciones

La norma Europea establece expresamente la posibilidad de medidas en frontera, esto es retenciones en Aduanas, para productos que sin provenir de la región delimitada ni estar autorizados por la entidad controladora utilicen la expresión IG Radicchio rosso di Treviso. Por tanto no es posible en productos radicchio chilenos que vayan a exportarse a algún país de Europa usar en los documentos, cajas ni en ninguna parte la IG Protegida Radicchio rosso di Treviso sin el peligro de retención y de multas e indemnizaciones por infracción a la Indicación Geográfica Protegida Radicchio di Treviso.

III.4.3.4.4. Materia prima

Según los antecedentes recabados el producto denominado es una I.G. por tanto Radicchio rosso di Treviso no es el vegetal mismo sacado de la tierra si no que requiere de un proceso de elaboración y de demostrar que proviene de la zona geográfica delimitada. En este sentido, la norma europea permite por excepción que ciertas materias primas que se usen para la elaboración de productos protegidos por I.G. como radicchio rosso di Treviso puedan provenir en cierto porcentaje de lugares fuera de la zona delimitada para la producción de los productos con IG, pero que dentro de dicha zona delimitada y protegida se realice el proceso de conversión de la materia prima en radicchio rosso di Treviso.

Esto significa que Chile podría vender Radicchio (a secas) a productores italianos autorizados para convertirlo en Radicchio rosso di Treviso y estos productores italianos podrían, en la medida que la norma les permita, convertirlo en Radicchio rosso di Treviso. Los productores y exportadores chilenos solo pueden vender Radicchio.

Desde luego a todo el mundo Chile puede vender el producto Radicchio (a secas) que es el nombre genérico del vegetal.

III.4.3.4.5 Estados Unidos.

El sistema que utiliza este país para proteger las indicaciones geográficas es el mecanismo de las MARCAS DE CERTIFICACIÓN.

Realizada una búsqueda en el sitio web de la Oficina de Patentes y marcas de USA no encontré resultados respecto de una marca RADICCHIO DI TREVISO, sin embargo es posible que se deba buscar de otra forma por lo cual recomiendo me autoricen para encargar una búsqueda completa de marca de certificación Radicchio di Treviso en los Estados Unidos y quedo a la espera.

Sin embargo lo más probable de la revisión de sitios webs y charlas dadas por académicos y empresarios en USA es que Radicchio rosso di Treviso si esté registrada en USA como marca de certificación y/o su protección de alguna forma homologada o validada como parte de la lista de nombres registrados como D.O. e I.G. en la Unión Europea.

Igualmente en Estados Unidos existen medidas en frontera para impedir en Aduanas el ingreso de mercancías que vulneran derechos de propiedad intelectual.

En todo caso, la opinión de Paiva y Cía. Intellecta es que siendo RADICCHIO ROSSO DI TREVISO una indicación geográfica reconocida ante la Unión Europea no es recomendable, en ningún caso, que productos chilenos usen tal denominación,

independientemente de si posee registro en USA o en otro país, puesto que la UE se encargará de buscar la forma legal de impedir ese uso que podría implicar responsabilidad y por tanto desembolsos para los involucrados.

El uso por chilenos de una IG como Radicchio Rosso de Treviso sería como que desde Italia comenzaran a exportar aceituna de denominándolas “de Azapa.”

Así por ejemplo, en casos de bebidas como Champagne y otras, las entidades controladoras de Europa están permanentemente vigilando y oponiéndose a quienes intentan registrar o usar dicha denominación. Por otra parte en USA también existe protección a las marcas que se estén usando sin registro, lo que es como una protección submarina que aparece al momento de un eventual conflicto.

Por otra parte, hasta ahora la política de los países europeos, por ejemplo Francia, es no registrar todas sus denominaciones de origen ni indicaciones geográficas en otros países del mundo, puesto que ellos estiman que con las normas internacionales de ADPIC y la protección europea ellos están protegidos globalmente, y en consecuencia más que operar registrando IG como el Radicchio Rosso di Treviso, ellos operan defensivamente, esto es oponiéndose y atacando a quienes pretenden registrar o usar denominaciones de origen e indicaciones geográficas que les pertenecen.

III.4.3.4.6. Radicchio di Chioggia

No se encontraron marcas similares en USA ni tampoco aparecen en la lista de denominaciones europeas, sin perjuicio que pueda ser una denominación local de Italia o lo que los europeos llaman “expresiones tradicionales”.

Se encontraron algunas marcas RADICCHIO en USA, como RADICCHIO CULINARY que aparentemente cubriría ciertos productos alimenticios o servicios de restaurante, pero estimo no podrían cubrir vegetales o verduras puesto que el nombre sería genérico para dichos productos.

III.4.3.4. **Posibilidad de registrar una marca comercial para radicchio chileno**

Podría ser interesante y recomendable registrar una marca para usarla como certificación que identifique al Radicchio chileno que puede llegar a alcanzar un prestigio y podría valer la pena protegerlo desde el inicio para rentabilizar ese prestigio y que no se confunda con Radicchio de China, etc. y afiliar a los productores para que comprometan ciertos estándares de calidad, que se verificarían previamente antes de etiquetar cada partida y producto con la marca registrada chilena.

Incluso, si a futuro identifican una zona de producción con características distintivas para la producción de radicchio sería factible obtener una denominación de origen o una indicación geográfica según ley 19.996.

III.4.3.4.1. Variedades vegetales protegidas de radicchio

Dichas variedades se ubican por el nombre genérico del radicchio que es *Cichorium endivia L* y *Cichorium intybus L*. Bajo dichos nombres genéricos existen registradas diversas variedades de radicchio respecto de las cuales también puede ser interesante estudiar eventuales contrato de licencias. Y, si Chile posee ventajas para el cultivo de radicchio más interesante aún puede ser llegar a desarrollar alguna(s) variedad(es) de origen chileno y protegerla sobre todo en los mercados consumidores (Europa y USA).

Según listado de Variedades Agrícolas Protegidas en Chile que se adjunta en documentos anexos, es posible observar que no aparece protegida en nuestro territorio ninguna de las variedades protegidas de radicchio que se han creado en el mundo, por

tanto todas ellas sería libres en Chile y es posible que si son antiguas, incluso sea legalmente imposible llegar a registrarlas en Chile.

Lo anterior significa que podrían usarse libremente en Chile, no así en exportaciones desde Chile. Para exportaciones habría que revisar al protección de estas variedades en los diferentes mercados de destino.

Como se señaló anteriormente, puede ser interesante revisar aquellas variedades de radicchio más nuevas en el mundo e intentar obtener sus licencias.

V. ANEXOS

V.1. ANEXOS DEL ESTUDIO DE MERCADO

ANEXO V.1.1. Cuadro de tipologías, variedades y breeders de radicchio

Tipología	Variedad	Breeder
Bianco Di Lusìa	L2/2	Sel. Loc.
Bianco Di Lusìa	Lusìa 1	De Benetti
Bianco Di Lusìa	Lusìa P.Ma	L'ortolano
Bianco Di Lusìa	Adige P.1	T&T
Bianco Di Lusìa	L3/3	Sel. Loc.
Bianco Di Lusìa	Lusìa 2	De Benetti
Bianco Di Lusìa	Lusìa Precoce	L'ortolano
Bianco Di Lusìa	Adige M. 2	T&T
Bianco Di Lusìa	Luxìa	Incao Seeds
Bianco Di Lusìa	Bianca Di Lusìa	L'ortolano
Bianco Di Lusìa	Brenta Pre. 1	T&T
Bianco Di Lusìa	Brenta M. 2	T&T
Bianco Di Lusìa	Bianca Inv.	L'ortolano
Variegado De Castelfranco	C1	Az. Quadrifoglio
Variegado De Castelfranco	C2	Az. Quadrifoglio
Variegado De Castelfranco	FRANCO	Incao Seeds
Variegado De Castelfranco	Castellano	T&T
Variegado De Castelfranco	C4	Az. Quadrifoglio
Variegado Di Chioggia	Marina	T&T
Variegado Di Chioggia	Tardiva	Bissolo
Bianco Di Chioggia	PALLA BIANCA	Bissolo
Rosso Di Chioggia (Precoz)	Caspio	Bejo
Rosso Di Chioggia (Precoz)	Indigo	Bejo
Rosso Di Chioggia (Precoz)	Perseo	T&T
Rosso Di Chioggia (Precoz)	Rfch1/04	Radicchio Factory
Rosso Di Chioggia (Precoz)	Silla	L'ortolano
Rosso Di Chioggia (Precoz)	Chp 101	Veneto Agricoltura
Rosso Di Chioggia (Precoz)	Cic P. R. P. 2/1	L'ortolano
Rosso Di Chioggia (Precoz)	Cic P. R. P. 2/2	L'ortolano
Rosso Di Chioggia (Precoz)	Palla R. 1	Tiozzo F. "Caenazzo"
Rosso Di Chioggia (Precoz)	Sirio	T&T
Rosso Di Chioggia (Precoz)	Chp 3	Veneto Agricoltura
Rosso Di Chioggia (Precoz)	Firestorm	Bejo
Rosso Di Chioggia (Precoz)	Giulio	L'ortolano
Rosso Di Chioggia (Precoz)	Palla R.2	Tiozzo F. "Caenazzo"
Rosso Di Chioggia (Precoz)	Rfch2/04	Radicchio Factory
Rosso Di Chioggia (Precoz)	Zeus	T&T

Rosso Di Chioggia (Tardio)	Augusto	L'ortolano
Rosso Di Chioggia (Tardio)	Cesare	L'ortolano
Rosso Di Chioggia (Tardio)	Chmp 4	Veneto Agricoltura
Rosso Di Chioggia (Tardio)	Palla Rosa	Unwins Seeds
Rosso Di Chioggia (Tardio)	Versuvio	Thompson & Morgan
Rosso Di Chioggia (Tardio)	Leo	T&T
Rosso Di Chioggia (Tardio)	Leonardo	Bejo
Rosso Di Chioggia (Tardio)	Manchini	Bejo
Rosso Di Chioggia (Tardio)	Palla R. 3	Tiozzo F. "Caenazzo"
Rosso Di Chioggia (Tardio)	Rfch3/04	Radicchio Factory
Rosso Di Chioggia (Tardio)	Rfch4/04	Radicchio Factory
Rosso Di Chioggia (Tardio)	Cht 5	Veneto Agricoltura
Rosso Di Chioggia (Tardio)	Otello 5	L'ortolano
Rosso Di Chioggia (Tardio)	Pompeo	L'ortolano
Rosso Di Chioggia (Tardio)	Rfch5/04	Radicchio Factory
Rosso Di Chioggia (Tardio)	Sel. 4050	T&T
Rosso Di Chioggia (Tardio)	Altair	T&T
Rosso Di Chioggia (Tardio)	Sel. 5050	T&T
Tipologia	Variedad	Breeder
Rosso Di Treviso (Precoz)	Fiero	Bejo
Rosso Di Treviso (Precoz)	Tvp 10/1	Sel. Loc.
Rosso Di Treviso (Precoz)	Mesola	T&T
Rosso Di Treviso (Precoz)	Precoce	De Benetti
Rosso Di Treviso (Precoz)	Tvp 10/3	Sel. Loc.
Rosso Di Treviso (Precoz)	Tvp 124	Veneto Agricoltura
Rosso Di Treviso (Precoz)	Tullio	Incao Seeds
Rosso Di Treviso (Precoz)	Apus	T&T
Rosso Di Treviso (Precoz)	Nerone	L'ortolano
Rosso Di Treviso (Precoz)	Rftv2/04	Radicchio Factory
Rosso Di Treviso (Precoz)	Sile Precoce	T&T
Rosso Di Treviso (Precoz)	Baldo	T&T
Rosso Di Treviso (Precoz)	Rftv3/04	Radicchio Factory
Rosso Di Treviso (Precoz)	Tolomeo	Incao Seeds
Rosso Di Treviso (Precoz)	Tvpt 115	Veneto Agricoltura
Rosso Di Treviso (Tardio)	Tardivo Pre. Mo	De Benetti
Rosso Di Treviso (Tardio)	Tvt 1 Do	Sel. Loc.
Rosso Di Treviso (Tardio)	Tvt 2	Sel. Loc.
Rosso Di Treviso (Tardio)	Tardivo Medio	De Benetti
Rosso Di Treviso (Tardio)	Tvt 3	Sel. Loc.
Rosso Di Verona	Cologna P.Mo	T&T
Rosso Di Verona	Vpp 131	Veneto Agricoltura
Rosso Di Verona	Vp 1	Veneto Agricoltura
Rosso Di Verona	Corallo	Sin Informacion
Rosso Di Verona	Rfvr2/04	Radicchio Factory
Rosso Di Verona	Vm2	Veneto Agricoltura
Rosso Di Verona	Rfvr3/04	Radicchio Factory
Rosso Di Verona	Vt 3	Veneto Agricoltura

Fuente: Trabajo No Publicado de Dr. Franco Tosini, Veneto Agricoltura, 2006

ANEXO V.1.2. Cuadro de Costos del Cultivo del Radicchio Rosso de Treviso en el Veneto-Italia

Antecedentes Analisis

Producción/ha: 15 ton.

Costo Mano de Obra Especializada: 11,51 Euro/hora

Costo Mano de Obra No Especializada: 9,08 Euro/hora

La incidencia de mano de obra del cultivo es cerca del 56%.

Costo de producción/kg: 0,43 Euro – 0,54 USD

Item	Valor Unitario	Euro/ha	Euro/kg	Incidencia %
Materia Prima				
Fertilizante		150	0,01	2,3%
Herbicidas		105	0,01	1,6%
Insecticida		300	0,02	4,6%
Semilla	0,8 kg	300	0,02	4,6%
Costo Combustible		150	0,01	2,3%
Arriendo		-		
Siembra		75	0,01	1,2%
Costos del Cultivo		1.080	0,07	16,7%
Costo Indirecto		1.200	0,08	18,5%
Costo Empresa		2.280	0,15	35,2%
Costos Variables				
Mano de Obra				
Aradura	2,5 hr	75	0,01	1,2%
Labores (aporcas, etc.)	1,5 hr	75	0,01	1,2%
Raleo	60 hr	450	0,03	6,9%
Acequiadura	3 hr	75	0,01	1,2%
Surcado	120 hr	900	0,06	13,9%
Riego	20 hr	150	0,01	2,3%
Aplicaciones Quimicas	7,5 hr	75	0,01	1,2%
Cosecha	250 hr	1.800	0,12	27,8%
Administración		75	0,01	1,2%
interés sobre el Capital Trabajo		75	0,01	1,2%
Interes sobre la maquinaria		150	0,01	2,3%
Uso del Capital Fondiario		300	0,02	4,6%
Costo Total de Produccion		6.480	0,43	100,0%

Fuente: Il Radicchio Rosso di Chioggia: Aspetti tecnici ed economici di produzione e conservazione. Publicado por VENETO AGRICOLTURA, Diciembre 2002.

ANEXO V.1.3. Cuadro de Costos del Cultivo del Radicchio en Chile

Cuadro Comparativo de los Margenes de Exportación del Radicchio Rosso di Chioggia
Expresado en Euros y US dólares

			Contenedor Kg 15.000			
			Unitario	Carga	Unitario	Carga
			Euro	Euro	US Dólar	US Dólar
Precio Italia	Kg		1,70	25.500	2,00	30.000
Comisión	Kg	10%	1,53	22.950	1,80	27.000
Costos en Italia	Carga		2.000,00	20.950	2.528,65	24.471
Valor CIF Italia	Carga			20.950		24.471
Seguro Carga	Carga	1%	209,50	20.741	244,71	24.227
Flete Marítimo	Carga		4.500,00	16.241	5.689,46	18.537
Fob Chile	Carga			16.241		18.537
Comisión Chile	Carga	8%	1.299,24	14.941	1.482,97	17.054
Gastos Chile	Carga		700,00	14.241	885,03	16.169
Embalaje + Servicios	Kg	Kg	0,32	9.441	0,40	10.100
Libre a Productor	Kg	Kg	0,63	9.441	0,67	10.100

Expresado en Euros

Expresado en US dólares

		Total	Há. 12.000	Total	Há. 12.000
Kg	Há.				
Ingresos		7.553	0,63	8.080	0,67
Costo de Produccion del Radicchio		4.350	0,36	5.500	0,46
Mg Total		3.203	0,27	2.580	0,22

Cuadro Comparativo de los Margenes de Exportación del Radicchio Tardivo di Treviso
Expresado en Euros y US dólares

			Contenedor Kg 15.000			
			Unitario	Carga	Unitario	Carga
			Euro	Euro	US Dólar	US Dólar
Precio Italia	Kg		4,00	60.000	4,00	60.000
Comisión	Kg	10%	3,60	54.000	3,60	54.000
Costos en Italia	Carga		2.000,00	52.000	0,00	54.000
Valor CIF Italia	Carga			52.000		54.000
Seguro Carga	Carga	1%	520,00	51.480	540,00	53.460
Flete Marítimo	Carga		4.500,00	46.980	5.689,46	47.771
Fob Chile	Carga			46.980		47.771
Comisión Chile	Carga	8%	3.758,40	43.222	3.821,64	43.949
Gastos Chile	Carga		700,00	42.522	885,03	43.064
Embalaje + Servicios	Kg	Kg	0,32	37.722	0,40	36.995
Libre a Productor	Kg	Kg	2,51	37.722	2,47	36.995
			Expresado en Euros		Expresado en US dólares	
			Total	Há. 10.000	Total	Há. 10.000
Kg Há.						
Ingresos			25.148	2,51	24.663	2,47
Costo de Produccion del Radicchio			4.350	0,44	5.500	0,55
Mg Total			20.798	2,08	19.163	1,92

Cuadro Comparativo de los Margenes de Exportación del Radicchio Tardivo di Treviso-Via Aerea

Expresado en Euros y US dólares

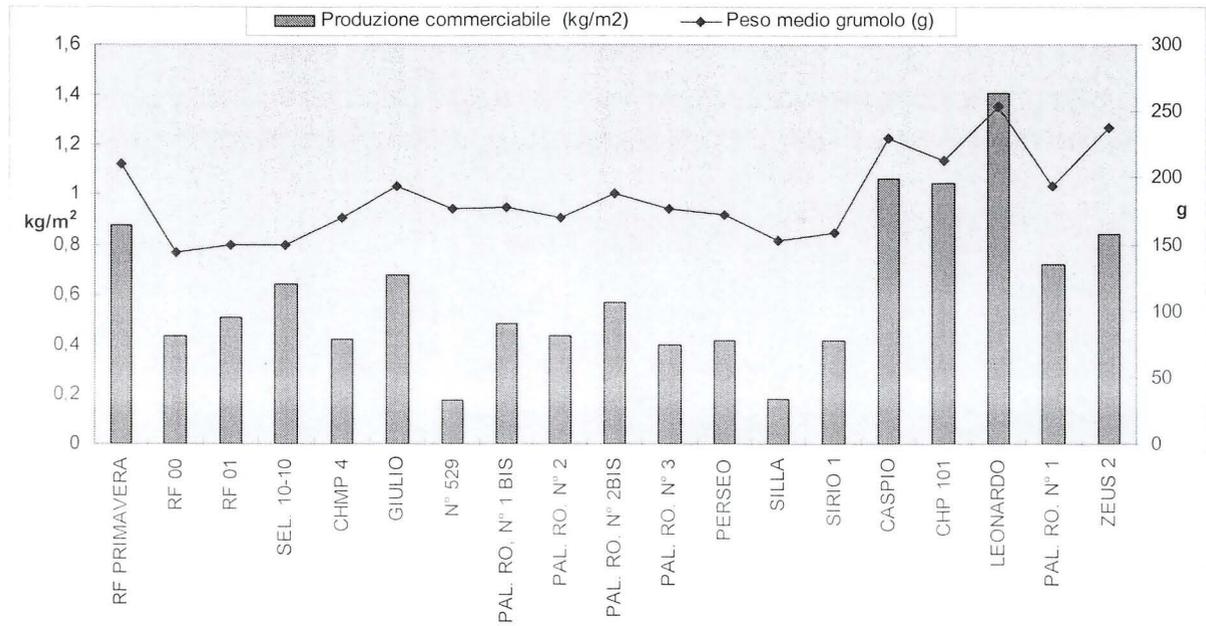
			Contenedor Kg 15.000			
			Unitario	Carga	Unitario	Carga
			Euro	Euro	US Dólar	US Dólar
Precio Italia	Kg		4,00	60.000	4,00	60.000
Comisión	Kg	10%	3,60	54.000	3,60	54.000
Costos en Italia	Carga		2.000,00	52.000	0,00	54.000
Valor CIF Italia	Carga			52.000		54.000
Seguro Carga	Carga	1%	520,00	51.480	540,00	53.460
Flete Marítimo	Carga		4.500,00	46.980	20.000,00	33.460
Fob Chile	Carga			46.980		33.460
Comisión Chile	Carga	8%	3.758,40	43.222	2.676,80	30.783
Gastos Chile	Carga		700,00	42.522	885,03	29.898
Embalaje + Servicios	Kg	Kg	0,32	37.722	0,40	23.829
Libre a Productor	Kg	Kg	2,51	37.722	1,59	23.829

Expresado en Euros

Expresado en US dólares

		Total	Há. 10.000	Total	Há. 10.000
Kg	Há.				
Ingresos		25.148	2,51	15.886	1,59
Costo de Produccion del Radicchio		4.350	0,44	5.500	0,55
Mg Total		20.798	2,08	10.386	1,04

ANEXO V.1.4. Cuadro de diferencia de rendimiento (kg/m²) y peso de las unidades (gramos) en un mismo tratamiento.



Fuente: Franco Tosisini.

ANEXO V.1.5. Empresas e Instituciones Contactadas

ITALIA

Mercato Agro Alimentare de Padova (MAAP)

Dott. Francesco Cera

Direttore Generale

35127 Padova

Corso Stati Uniti, 50

Telefono: +39-0498692111

TeleFax: +39-0498703014

e-mail: info@maap.it

e-mail: f.cera@maap.it

www.maap.it

INCAO Seeds

Federico Cappellato

Resp. Tecnico

Via dell'Artigianato, 434

45020 Lusina – Rosolina

Telefono: +39-3355632333

Fax: +39-045607777

e-mail: federico@incao.it

www.incao.it

Veneto Agricoltura

Centro Sperimentale Ortofloricolo “Po di Tramontana”

Dott. Alberto Previati

Laboratorio di Micropropagazione

Via Moceniga, 7

45010 Rosolina

Telefono: +39-0426664917

Fax: +39-0426664916

e-mail: alberto.previati@venetoagricoltura.org

www.venetoagricoltura.org

Veneto Agricoltura

Centro Sperimentale Ortofloricolo “Po di Tramontana”

Dott. Franco Tosini

Resp. Tecnico

Via Moceniga, 7

45010 Rosolina

Telefono: +39-0426664917

Fax: +39-0426664916

e-mail: franco.tosini@venetoagricoltura.org

www.venetoagricoltura.org

GREEN Fruit srl**Dott. Andrea Tosatto**

Direttore Generale

Via Catellana 44

435010 Trebaseleghe, Padova

Telefono: +39-0499385078

Fax: +39-0499387012

e-mail: info@greenfruit.itwww.greenfruit.it**Mercato Ortofrutticolo di Rosolina****Dott. Stefano Milan**

Direttore Generale

Via Po Brondolo, 43

45010 Rosolina

Telefono: +39-0426664029

Fax: +39-04266649037

e-mail:

www.morfrutticola.com**T&T Vegetable Seeds s.r.l.****Silvano Tiozzo**

Direttore Generale

Romea 309

30015 Sant'Anna di Chioggia

Venezia

Telefono: +39-0415581193

Fax: +39-0414950933

e-mail: info@produce.itwww.produce.it**Buonumore srl****Dott. Giancarlo Boscolo Sesillo**

Direttore Generale

Via S. Basilio 129

Taglio di Po, Rovigo

Telefono: +39-0426377021

TeleFax: +39-0426377022

e-mail: giancarlo.boscolo@buonumore.com

ESTADOS UNIDOS**European Vegetable Specialties Farms, Inc.****Dennis Donohue, President**

1120 Growers Street

Salinas, CA 93901

Sales (831) 758-1957

Marketing (831) 758-6158

Fax (831) 758-6649

www.radicchio.com**Joco Produce, Inc.****Jadin Figueroa, Gerente de Ventas**

2950, NW 74th Ave.

Miami, FL 33122

Sales (305) 716-1009

Fax (831) 716-1080

www.joco-produce.com**Fresh King****Peter Schnebly, President**

30205 S.W. 217 Ave

Homestead, FL 33030

1-888-906-KING

www.freshking.com**Sun World****David Marguleas, Manager**

52-200 Industrial Way

Coachella, California USA 92236

(760) 398-9300 Main Telephone

(760) 398-9413 Main Facsimile

www.sun-world.com

V.2. ANEXOS DEL ESTUDIO LEGAL

Documentos seleccionados que fundamentan el informe.

Anexo V.2.1.**SELECCIÓN DE NORMAS RELEVANTES SOBRE DENOMINACIONES DE ORIGEN E INDICACIONES GEOGRÁFICAS EN EL ACUERDO ADPIC DE LA OMC**

(INDICACIONES GEOGRÁFICAS)

Artículo 22 Protección de las indicaciones geográficas

1. A los efectos de lo dispuesto en el presente Acuerdo, **indicaciones geográficas son las que identifiquen un producto como originario del territorio de un Miembro o de una región o localidad de ese territorio, cuando determinada calidad, reputación, u otra característica del producto sea imputable fundamentalmente a su origen geográfico.**

(CONCEPTO DE INDICACIÓN GEOGRÁFICA)

2. En relación con las indicaciones geográficas, los Miembros arbitrarán los medios legales para que las partes interesadas puedan impedir:

a) la utilización de cualquier medio que, en la designación o presentación del producto, indique o sugiera que el producto de que se trate proviene de una región geográfica distinta del verdadero lugar de origen, de modo que induzca al público a error en cuanto al origen geográfico del producto;

b) cualquier otra utilización que constituya un acto de competencia desleal, en el sentido del artículo 10bis del Convenio de París (1967).

3. Todo Miembro, de oficio si su legislación lo permite, o a petición de una parte interesada, denegará o invalidará el registro de una marca de fábrica o de comercio que contenga o consista en una indicación geográfica respecto de productos no originarios del territorio indicado, si el uso de tal indicación en la marca de fábrica o de comercio para esos productos en ese Miembro es de naturaleza tal que induzca al público a error en cuanto al verdadero lugar de origen.

4. La protección prevista en los párrafos 1, 2 y 3 será aplicable contra toda indicación geográfica que, aunque literalmente verdadera en cuanto al territorio, región o localidad de origen de los productos, dé al público una idea falsa de que éstos se originan en otro territorio.

9. El presente Acuerdo no impondrá obligación ninguna de proteger las indicaciones geográficas que no estén protegidas o hayan dejado de estarlo en su país de origen, o que hayan caído en desuso

Anexo V.2.2.**SELECCIÓN DE NORMAS RELEVANTES EN LA LEY CHILENA DE ADECUACIÓN ADPIC, LEY 19.996.**

TITULO IX (Ley 19.996)

De las Indicaciones Geográficas y Denominaciones de Origen

Artículo 92.- La presente ley reconoce y protege las indicaciones geográficas y denominaciones de origen de conformidad con las siguientes disposiciones:

a) **Se entiende por indicación geográfica aquella que identifica un producto como originario del país o de una región o localidad del territorio nacional, cuando la calidad, reputación u otra característica del mismo sea imputable, fundamentalmente, a su origen geográfico.**

Artículo 94.- El reconocimiento de una indicación geográfica o denominación de origen se hará por el Departamento, mediante la incorporación de la misma en un Registro de Indicaciones Geográficas y Denominaciones de Origen que se llevará al efecto.

Cualquier persona, natural o jurídica, podrá solicitar el Registro de una Indicación Geográfica o Denominación de Origen, siempre que represente a un grupo significativo de productores, fabricantes o artesanos, cualquiera sea su forma jurídica, cuyos predios o establecimientos de extracción, producción, transformación o elaboración se encuentren dentro de la zona de delimitación establecida por la indicación geográfica o denominación de origen solicitada y cumplan con los demás requisitos señalados en esta ley. También podrán solicitar el reconocimiento de una indicación geográfica o denominación de origen las autoridades nacionales, regionales, provinciales o comunales, cuando se trate de indicaciones geográficas o denominaciones de origen ubicadas dentro de los territorios de sus respectivas competencias.

Anexo V.2.3.**DECRETO ITALIANO QUE CONCEDE LA TUTELA DE LA IG. RADICCHIO ROSSO DI TREVISO:****MINISTERO DELLE POLITICHE AGRICOLE E FORESTALI****DECRETO 9 febbraio 2006****Riconoscimento del Consorzio tutela radicchio rosso di Treviso e variegato di Castelfranco e attribuzione dell'incarico a svolgere le funzioni di cui all'articolo 14, comma 15, della legge 21 dicembre 1999, n. 526.**

IL DIRETTORE GENERALE
per la qualita' dei prodotti agroalimentari

Visto il regolamento (CEE) n. 2081/92 del Consiglio del 14 luglio 1992 relativo alla protezione delle indicazioni geografiche e delle denominazioni d'origine dei prodotti agricoli ed alimentari;

Viste le premesse sulle quali e' fondato il predetto regolamento (CEE) n. 2081/92 e in particolare quelle relative alla opportunita' di promuovere prodotti di qualita' aventi determinate caratteristiche attribuibili ad un'origine geografica determinata e di curare l'informazione del consumatore idonea a consentirgli l'effettuazione di scelte ottimali;

Considerato che i suddetti obiettivi sono perseguiti in maniera efficace dai consorzi di tutela, in quanto costituiti da soggetti direttamente coinvolti nella filiera produttiva, con un'esperienza specifica ed una conoscenza approfondita delle caratteristiche del prodotto;

Vista la legge 21 dicembre 1999, n. 526 recante disposizioni per l'adempimento di obblighi derivanti dall'appartenenza dell'Italia alle Comunita' europee, legge comunitaria 1999;

Visto l'art. 14 della citata legge 21 dicembre 1999, n. 526, ed in particolare il comma 15 che individua le funzioni per l'esercizio delle quali i consorzi di tutela delle D.O.P., delle I.G.P. e delle S.T.G. possono ricevere, mediante provvedimento di riconoscimento, l'incarico corrispondente dal Ministero delle politiche agricole e forestali;

Visti i decreti ministeriali 12 aprile 2000, pubblicati nella Gazzetta Ufficiale - serie generale - n. 97 del 27 aprile 2000, emanati dal Ministero delle politiche agricole e forestali in attuazione dell'art. 14, comma 17 della citata legge n. 526/1999, relativi ai requisiti di rappresentativita' per il riconoscimento dei consorzi di tutela delle D.O.P. e delle I.G.P. ed ai criteri di rappresentanza negli organi sociali dei medesimi consorzi, determinati in ragione della funzione di rappresentare la

collettività dei produttori interessati all'utilizzazione delle denominazioni protette e alla conservazione e alla difesa della loro reputazione, costituenti anche lo scopo sociale del consorzio istante;

Visto il decreto 10 maggio 2001, pubblicato nella Gazzetta Ufficiale - serie generale - n. 134 del 12 giugno 2001, recante integrazione ai citati decreti del 12 aprile 2000;

Visto il decreto 4 maggio 2005, pubblicato nella Gazzetta Ufficiale - serie generale - n. 112 del 16 maggio 2005, recante integrazione ai citati decreti del 12 aprile 2000;

Visto il decreto 4 maggio 2005, pubblicato nella Gazzetta Ufficiale - serie generale - n. 112 del 16 maggio 2005, recante modalità di deroga all'art. 2 del citato decreto del 12 aprile 2000, recante disposizioni generali relativi ai requisiti di rappresentatività per il riconoscimento dei consorzi di tutela delle D.O.P. e delle I.G.P.;

Visto il decreto 5 agosto 2005, pubblicato nella Gazzetta Ufficiale - serie generale - n. 191 del 18 agosto 2005, recante modifica al citato decreto del 4 maggio 2005;

Visto il decreto 12 settembre 2000, n. 410, pubblicato nella Gazzetta Ufficiale - serie generale - n. 9 del 12 gennaio 2001 con il quale, in attuazione dell'art. 14, comma 16 della legge n. 526/1999, è stato adottato il regolamento concernente la ripartizione dei costi derivanti dalle attività dei consorzi di tutela delle D.O.P. e delle I.G.P. incaricati dal Ministero;

Visto il decreto 12 ottobre 2000 pubblicato nella Gazzetta Ufficiale - serie generale - n. 272 del 21 novembre 2000 con il quale, conformemente alle previsioni dell'art. 14, comma 15, lettera d) sono state impartite le direttive per la collaborazione dei consorzi di tutela delle D.O.P. e delle I.G.P. con l'Ispettorato centrale repressione frodi nell'attività di vigilanza, tutela e salvaguardia delle D.O.P. e delle I.G.P.;

Visto il regolamento (CE) n. 1263 della commissione del 1° luglio 1996, pubblicato nella Gazzetta Ufficiale delle Comunità europee L. 163 del 2 luglio 1996 con il quale è stata registrata la indicazione geografica protetta «Radicchio Rosso di Treviso»;

Visto il regolamento (CE) n. 1263 della commissione del 1° luglio 1996, pubblicato nella Gazzetta Ufficiale delle Comunità europee L. 163 del 2 luglio 1996 con il quale è stata registrata la indicazione geografica protetta «Radicchio Variegato di Castelfranco»;

Vista l'istanza presentata dal Consorzio tutela radicchio rosso di Treviso e variegato di Castelfranco, con sede in Treviso, presso la Camera di commercio, industria, artigianato ed agricoltura, in piazza Borsa n. 1, intesa ad ottenere il riconoscimento dello stesso ad esercitare le funzioni indicate all'art. 14, comma 15 della citata legge n. 526/1999, sulla indicazione geografica protetta «Radicchio Rosso di Treviso» e sulla indicazione geografica protetta «Radicchio

Variegato di Castelfranco»;

Verificata la conformita' dello statuto del consorzio predetto alle prescrizioni indicate all'art. 3 del citato decreto 12 aprile 2000, relativo ai requisiti di rappresentativita' dei consorzi di tutela delle D.O.P. e delle I.G.P. e a quelle riportate nel decreto 12 aprile 2000, di individuazione dei criteri di rappresentanza negli organi sociali dei consorzi di tutela;

Considerato che la condizione richiesta dall'art. 5 del decreto 12 aprile 2000, sopra citato, relativo ai requisiti di rappresentativita' dei consorzi di tutela e' soddisfatta in quanto il Ministero ha verificato la partecipazione, nella compagine sociale, dei soggetti appartenenti alla categoria «produttori agricoli» nella filiera ortofrutticoli e cereali non trasformati, individuata all'art. 4 lettera b) del medesimo decreto, che rappresentano almeno i 2/3 della produzione controllata dal predetto organismo di controllo, nel periodo significativo di riferimento. La verifica di cui sopra e' stata eseguita su entrambe le indicazioni geografiche protette tutelate, valutando le dichiarazioni presentate dal consorzio richiedente e le attestazioni rilasciate dall'organismo privato CSQA - Certificazioni S.r.l. L'organismo di controllo citato e' autorizzato a svolgere le attivita' di controllo sulla indicazione geografica protetta «Radicchio Rosso di Treviso» con decreto ministeriale 12 giugno 2003, pubblicato nella Gazzetta Ufficiale della Repubblica italiana n. 151 del 2 luglio 2003, successivamente prorogato e sulla indicazione geografica protetta «Radicchio Variegato di Castelfranco» con decreto ministeriale 6 giugno 2003, pubblicato nella Gazzetta Ufficiale della Repubblica italiana n. 150 del 1° luglio 2003, successivamente prorogato;

Considerate le funzioni non surrogabili del consorzio di tutela di una D.O.P. o di una I.G.P., al quale **l'art. 14 della legge 21 dicembre 1999**, n. 526 attribuisce in via esclusiva, fatte salve le attivita' di controllo svolte ai sensi dell'**art. 10 del regolamento (CEE) n. 2081/92** di spettanza dell'organismo privato autorizzato sopra indicato, le attivita' concernenti le proposte di disciplina di produzione, quelle di miglioramento qualitativo della stessa, anche in termini di sicurezza alimentare, nonche' in collaborazione con il Ministero delle politiche agricole e forestali, le attivita' di salvaguardia delle D.O.P. e delle I.G.P. da abusi, atti di concorrenza sleale, contraffazioni, uso improprio delle denominazioni protette nel territorio di produzione e in quello di commercializzazione, anche mediante la stipulazione di convenzioni con i soggetti interessati al confezionamento e all'immissione al consumo del prodotto tutelato, non incidenti sulle caratteristiche chimico-fisiche e organolettiche, sulla identificazione certa dello stesso e conformi al disciplinare di produzione registrato in ambito europeo;

Ritenuto pertanto necessario procedere al riconoscimento del

Consorzio tutela radicchio rosso di Treviso e variegato di Castelfranco al fine di consentirgli l'esercizio delle attivita' sopra richiamate e specificamente indicate all'art. 14, comma 15 della citata legge n. 526/1999, per l'indicazione geografica protetta «Radicchio Rosso di Treviso» e per l'indicazione geografica protetta «Radicchio Variegato di Castelfranco»;

Decreta:

Art. 1.

Lo statuto del Consorzio tutela radicchio rosso di Treviso e variegato di Castelfranco, con sede in Treviso, presso la Camera di commercio, industria, artigianato ed agricoltura, in piazza Borsa n. 1, e' conforme alle prescrizioni di cui all'art. 3 del decreto 12 aprile 2000, recante disposizioni generali relative ai requisiti di rappresentativita' dei consorzi di tutela delle denominazioni di origine protette (D.O.P.) e delle indicazioni geografiche protette (I.G.P.).

Art. 2.

1. Il Consorzio tutela radicchio rosso di Treviso e variegato di Castelfranco e' riconosciuto ai sensi dell'art. 14, comma 15 della legge 21 dicembre 1999, n. 526 ed e' incaricato di svolgere le funzioni previste dal medesimo comma, sull'indicazione geografica protetta «**Radicchio Rosso di Treviso**», registrata con regolamento (CE) n. 1263 della commissione del 1° luglio 1996 e sulla indicazione geografica protetta «**Radicchio Variegato di Castelfranco**», registrata con regolamento (CE) n. 1263 della commissione del 1° luglio 1996.

2. Gli atti del consorzio di cui al comma precedente, dotati di rilevanza esterna, contengono gli estremi del presente decreto di riconoscimento al fine di distinguerlo da altri enti, anche non consortili, aventi quale scopo sociale la tutela dei propri associati e di rendere evidente che lo stesso e' l'unico soggetto incaricato dal Ministero **allo svolgimento delle funzioni di cui al comma 1 per la I.G.P. «Radicchio Rosso di Treviso» e per la I.G.P. «Radicchio Variegato di Castelfranco».**

Art. 3.

Il Consorzio tutela radicchio rosso di Treviso e variegato di Castelfranco non puo' modificare il proprio statuto e gli eventuali regolamenti interni, senza il preventivo assenso dell'autorita' nazionale competente.

Art. 4.

Il Consorzio tutela radicchio rosso di Treviso e variegato di Castelfranco puo' coadiuvare, nell'ambito dell'incarico conferitogli

con l'art. 2 del presente decreto, l'attività di autocontrollo svolta dai propri associati e, ove richiesto, dai soggetti interessati all'utilizzazione della I.G.P. «Radicchio Rosso di Treviso» e della I.G.P. «Radicchio Variegato di Castelfranco» non associati, a condizione che siano immessi nel sistema di controllo dell'organismo autorizzato.

Art. 5.

1. I costi conseguenti alle attività per le quali è incaricato il Consorzio tutela radicchio rosso di Treviso e variegato di Castelfranco sono ripartiti in conformità del decreto 12 settembre 2000, n. 410, di adozione del regolamento concernente la ripartizione dei costi derivanti dalle attività dei consorzi di tutela delle denominazioni di origine e delle indicazioni geografiche protette incaricati dal Ministero delle politiche agricole e forestali.

2. I costi dell'attività svolta dal Consorzio tutela radicchio rosso di Treviso e variegato di Castelfranco, che interessa esclusivamente una delle indicazioni geografiche protette per le quali il consorzio stesso risulta incaricato, sono posti a carico esclusivamente dei soggetti interessati alla indicazione geografica protetta cui è rivolta l'attività del consorzio.

3. I soggetti immessi nel sistema di controllo della I.G.P. «Radicchio Rosso di Treviso» e della I.G.P. «Radicchio Variegato di Castelfranco» appartenenti alla categoria «produttori agricoli» nella filiera ortofrutticoli e cereali non trasformati, individuata all'art. 4 lettera b) del decreto 12 aprile 2000, recante disposizioni generali relative ai requisiti di rappresentatività dei consorzi di tutela delle D.O.P. e delle I.G.P., sono tenuti a sostenere i costi di cui al comma precedente, anche in caso di mancata appartenenza al consorzio di tutela.

Art. 6.

1. L'incarico conferito con il presente decreto **ha durata di anni tre a decorrere dalla data di emanazione del presente decreto.**

2. Il predetto incarico che comporta l'obbligo delle prescrizioni previste nel presente decreto, può essere sospeso con provvedimento motivato e revocato ai sensi dell'art. 7 del decreto 12 aprile 2000, recante disposizioni generali relative ai requisiti di rappresentatività dei consorzi di tutela delle denominazioni di origine e delle indicazioni geografiche protette.

Il presente decreto sarà pubblicato nella Gazzetta Ufficiale della Repubblica italiana.

Roma, 9 febbraio 2006

Il direttore generale: La Torre

Anexo V.2.4.**REGLAMENTO CEE 1263 DE 1996.**

REGLAMENTO (CE) N° 1263/96 DE LA COMISIÓN de 1 de julio de 1996 por el que se completa el Anexo del Reglamento (CE) n° 1107/96 relativo al registro de las indicaciones geográficas y de las denominaciones de origen con arreglo al procedimiento establecido en el artículo 17 del Reglamento (CEE) n° 2081/92

LA COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS,

Visto el Tratado constitutivo de la Comunidad Europea,

Visto el Reglamento (CEE) n° 2081/92 del Consejo, de 14 de julio de 1992, relativo a la protección de las indicaciones geográficas y de las denominaciones de origen de los productos agrícolas y alimenticios (1), y, en particular, el apartado 2 de su artículo 17,

Considerando que se han solicitado datos complementarios sobre algunas de las denominaciones notificadas por los Estados miembros con arreglo al artículo 17 del Reglamento (CEE) n° 2081/92, con el fin de garantizar su conformidad con lo dispuesto en los artículos 2 y 4 del citado Reglamento; que el examen de dicha información complementaria ha permitido comprobar que las citadas denominaciones se ajustan a los mencionados artículos; que, por lo tanto, es preciso proceder a su registro y añadirlas al Anexo del Reglamento (CE) n° 1107/96 de la Comisión (2);

Considerando que, como consecuencia de la adhesión de tres nuevos Estados miembros, el plazo de seis meses previsto en el artículo 17 del Reglamento (CEE) n° 2081/92 ha de contarse a partir de su fecha de adhesión; que algunas de las denominaciones notificadas por estos Estados miembros son conformes a lo establecido en los artículos 2 y 4 del citado Reglamento y deben, por lo tanto, ser registradas;

Considerando que las medidas previstas en el presente Reglamento se ajustan al dictamen del Comité de regulación de indicaciones geográficas y denominaciones de origen,

HA ADOPTADO EL PRESENTE REGLAMENTO:

Artículo 1

El Anexo del Reglamento (CE) n° 1107/96 se completará con las denominaciones que figuran en el Anexo del presente Reglamento.

Artículo 2

El presente Reglamento entrará en vigor el día de su publicación en el Diario Oficial de las Comunidades Europeas.

El presente Reglamento será obligatorio en todos sus elementos y directamente aplicable en cada Estado miembro.

Hecho en Bruselas, el 1 de julio de 1996.

Por la Comisión

Franz FISCHLER

Miembro de la Comisión

(1) DO n° L 208 de 24. 7. 1992, p. 1.

(2) DO n° L 148 de 21. 6. 1996, p. 1.

ANEXO

A) PRODUCTOS DEL ANEXO II DEL TRATADO DESTINADOS A LA ALIMENTACIÓN HUMANA

Carne y despojos frescos

PORTUGAL

- Cabrito Transmontano (DOP)
- Carne Barrosã (DOP)
- Carne Maronesa (DOP)
- Carne Mirandesa (DOP)

Productos cárnicos

ITALIA

- Bresaola della Valtellina (IGP)
- Culatello di Zibello (DOP)
- Valle d'Aosta Jambon de Bosses (DOP)
- Valle d'Aosta Lard d'Arnad (DOP)
- Prosciutto di Carpegna (DOP)
- Prosciutto Toscano (DOP)
- Coppa Piacentina (DOP)
- Pancetta Piacentina (DOP)
- Salame Piacentino (DOP)

Quesos

BÉLGICA

- Fromage de Herve (DOP)

FRANCIA

- Fourme d'Ambert ou Fourme de Montbrison (DOP)

ITALIA

- Bitto (DOP)
- Bra (DOP)
- Caciocavallo Silano (DOP) (1)
- Castelmagno (DOP)
- Fiore Sardo (DOP)
- Monte Veronese (DOP)
- Pecorino Sardo (DOP) (2)
- Pecorino Toscano (DOP) (3)
- Ragusano (DOP)
- Raschera (DOP)
- Robiola di Roccaverano (DOP)
- Toma Piemontese (DOP) (4)
- Valle d'Aosta Fromadzo (DOP)
- Valtellina Casera (DOP)

AUSTRIA

- Tiroler Graukäse (DOP)

PORTUGAL

- Queijo de cabra Transmontano (DOP)

Otros productos de origen animal (huevos, miel, productos lácteos diversos excepto mantequilla)

GRECIA

- Ἰΰέé ÄëÛôçò ìáéíÛëĩö Äáíßééá (Miel de abeto Menalou Vanilia) (DOP)

Materias grasas

Aceite de oliva

ITALIA

- Aprutino Pescarese (DOP)

- Brisighella (DOP)

- Collina de Brindisi (DOP)

- Canino (DOP)

- Sabina (DOP)

AUSTRIA

- Steierisches Kürbiskernöl (IGP)

Frutas, hortalizas y cereales

GRECIA

- Ööóôßéé ìãÛñúí (Pistacho de Megara) (DOP)

- Ööóôßéé Äßãéíáò (Pistacho de Egina) (DOP)

- Óýéá Äñãñþíáò ìãñêĩðĩýëĩö ìáóíããßúí (Higos de Vavrona, Marcópulo, Mesogion) (IGP)

- ÐĩñöĩëÛééá ÌÛëãìã ×áíßúí Êñþôçò (Naranjas de Maleme, La Canea, Creta) (DOP)

Aceitunas de mesa

- ÊĩíóãñãĩëéÛ Äìößóóçò («Konservolia» de Amfisi) (DOP)

- ÊĩíóãñãĩëéÛ ¶ñôáò («Konservolia» de Arta) (IGP)

- ÊĩíóãñãĩëéÛ ÄôáéÛíôçò («Konservolia» de Atalantis) (DOP)

- ÊĩíóãñãĩëéÛ Ñĩãßúí («Konservolia» de Rovion) (DOP)

- ÊĩíóãñãĩëéÛ Óôöëßãáò («Konservolia» de Stilida) (DOP)

- Êñĩýíðá ÈÛóíö («Trumba» de Thasu) (DOP)

- Êñĩýíðá ×ßíö («Trumba» de Quíos) (DOP)

- Êñĩýíðá ÄíðáãéÛò Ñãèýííçò Êñþôçò («Trumba-Ambadai», Réthimno, Creta) (DOP)

ITALIA

- Fagiolo di Lamon della Vallata Bellunese (IGP)

- Fagiolo di Sarconi (IGP)

- Farro della Garfagnana (IGP)

- Peperone di Senise (IGP)

- Pomodoro S. Marzano dell'Agro Sarnese-Nocerino (DOP)

- Marrone del Mugello (IGP)

- Marrone di Castel del Rio (IGP)

- Riso Nano Vialone Veronese (IGP)

- Radicchio Rosso di Treviso (IGP)

- Radicchio Variegato di Castelfranco (IGP)

AUSTRIA

- Marchfeldspargel (IGP)

Pescados, moluscos, crustáceos frescos y productos a base de . . .

GRECIA

- ÁðãíöÛñã÷í ìáóíëĩããßíö (Huevas de Mesolongui) (DOP)

B) PRODUCTOS ALIMENTICIOS CONTEMPLADOS EN EL ANEXO I DEL REGLAMENTO (CEE) n° 2081/92

Productos de panadería, pastelería, confitería o galletería

ALEMANIA

- Nürnberger Lebkuchen (IGP)

- Lübecker Marzipan (IGP)

(1) La protección del nombre «Caciocavallo» no ha sido solicitada.

(2) La protección del nombre «Pecorino» no ha sido solicitada.

(3) La protección del nombre «Toma» no ha sido solicitada.

TREVISO BUON GUSTO

Word Mark TREVISO BUON GUSTO

Translations The word "TREVISO" identifies a particular "Italian vegetable as well as a city in Italy"; and the wording "BUON GUSTO" in the mark translates to English as "good taste".

Goods and Services (ABANDONED) IC 029. US 046. G & S: PRECUT, FRESH VEGETABLES. FIRST USE: 19971023. FIRST USE IN COMMERCE: 19971023

Mark

Drawing (5) WORDS, LETTERS, AND/OR NUMBERS IN STYLIZED FORM

Code

Design

Search

Code

Serial

Number 75405043

Filing Date December 15, 1997

Current

Filing Basis 1A

Original

Filing Basis 1A

Owner

(APPLICANT) EUROPEAN VEGETABLE SPECIALTIES FARMS, INC. CORPORATION CALIFORNIA 1155-B Merrill Street Salinas CALIFORNIA 93901

Attorney of Record

STEPHEN GRUBB

Disclaimer

NO CLAIM IS MADE TO THE EXCLUSIVE RIGHT TO USE

Description of Mark "TREVISO" APART FROM THE MARK AS SHOWN
 The mark consists of the wording "TREVISO BUON GUSTO" in stylezed lettering. The border of the lettering appears in the color gold, and gold is claimed as a feature of the mark; however, the border is too small to line for color. The border of the lettering on the trademark shown on the drawing appears in the color gold, but is so small it is impossible to line for color

Type of Mark TRADEMARK

Register PRINCIPAL

Live/Dead Indicator DEAD

Abandonment Date March 5, 1999

BUSQUEDA RADICCHIO DI CHIOGGIA, USA.

Word Mark RADICCHIO

Goods and Services IC 035. US 100 101 102. G & S: Rental of advertising space, updating of advertising materials, direct mail advertising, marketing research and conducting marketing studies; public relations; business consultation for corporations; arranging exhibitions and trade fairs for others in the field of telecommunications; and administration of educational exchange programs

Mark Drawing Code (1) TYPED DRAWING

Design Search Code

Serial Number 75889912

Filing Date January 5, 2000

Current Filing Basis 44E

Original Filing Basis 1B;44D

Published for Opposition November 19, 2002

Registrati 2785246

on
Number
Registration November 25, 2003
Date
Owner (REGISTRANT) SMARTTRUST SYSTEMS OY COMPANY FINLAND
 ELIMAENKATU 17-19 HELSINKI FINLAND 00510
Assignment
Recorded ASSIGNMENT RECORDED
Attorney
of Record Jamie R. Shelden
Priority
Date July 7, 1999
Type of
Mark SERVICE MARK
Register PRINCIPAL
Live/Dead
Indicator LIVE

Word Mark RADICCHIO

Goods IC 042. US 100 101. G & S: Consultation in the field of computer hardware;
and computer programming for others; scientific research, technical consulting
Services and research in the field of electronic and mobile commerce; scientific,
 technical and industrial development, namely product development,
 industrial research and consultation in the field of secure transactions and
 data encryption; consultation in the field of data communication and
 transfer; data encryption services, namely providing computer systems
 access and mobile network access security services in the nature of
 authentication of identity of message senders and origin of data in the form
 of a digital signature via telecommunication and computer networks; notary
 public services

Mark
Drawing (1) TYPED DRAWING
Code
Design
Search
Code
Serial
Number 75888587
Filing Date January 5, 2000
Current
Filing 44E
Basis
Original
Filing 1B;44D

**Basis
Published
for
Oppositio
n
Registrati
on
Number
Registrati
on Date
Owner** March 19, 2002
2754791
August 26, 2003
(REGISTRANT) SmartTrust Systems Oy COMPANY FINLAND
Elimaenkatu 17-19 00510 Helsinki FINLAND

**Assignme
nt
Recorded
Attorney
of Record
Priority
Date
Type of
Mark
Register
Live/Dead
Indicator** ASSIGNMENT RECORDED
SUSAN BERNEY-KEY
July 7, 1999
SERVICE MARK
PRINCIPAL
LIVE

**Word
Mark
Goods
and
Services** **RADICCHIO**
(ABANDONED) IC 009. US 021 023 026 036 038. G & S:
Telecommunication and data transmission networks, apparatus and
instruments used in telecommunications and data transmissions, namely cell
phones, card phones, telephones and modems; encoded electronic chip
cards [smart cards] containing programming used in secure wireless
transactions in the field of electronic and mobile commerce, and magnetic
coded cards; computer programs and software for enabling secure wireless
transactions in the field of electronic and mobile commerce; computer
peripherals; computers and data processors

**Mark
Drawing
Code
Design
Search
Code
Serial
Number
Filing** (1) TYPED DRAWING
75888493
January 5, 2000

Date Current Filing 1B;44E
Basis Original Filing 1B;44D
Basis Published for Opposition April 23, 2002
Owner (APPLICANT) Sonera Oyj CORPORATION FINLAND Teollisuuskatu 15
 00150 Helsinki FINLAND
Assignment Recorded ASSIGNMENT RECORDED
Attorney of Record Jarnie R. Shelden
Priority Date July 7, 1999
Type of Mark TRADEMARK
Register PRINCIPAL
Live/Dead Indicator DEAD
Abandonment Date January 17, 2003

Word Mark RADICCHIO
Goods and Services IC 038. US 100 101 104. G & S: Electronic transmission of data via computer terminals and mobile phones; telecommunication services, namely personal communication services; telecommunication network services, namely, providing telecommunications connections to a global computer network, long-distance telephone communication services; telecommunications services, namely, telecommunication gateway services; telephony services, namely cellular telephone services; consulting in the field of telephone and telegraph communications, electronic mail services, and paging services by phone

Mark Drawing Code Design Search Code Serial (1) TYPED DRAWING
 75888477

Number Filing Date January 5, 2000
Current Filing Basis 44E
Original Filing Basis 1B;44D
Published for Opposition May 14, 2002
Registration Number 2603418
Registration Date August 6, 2002
Owner (REGISTRANT) SONERA SMARTTRUST OY FINLAND CORPORATION
 FINLAND ELIMAENKATU 17-19 HELSINKI FINLAND 00510
Assignment ASSIGNMENT RECORDED
Recorded Attorney of Record Jamie R. Shelden
Priority Date July 7, 1999
Type of Mark SERVICE MARK
Register PRINCIPAL
Live/Dead Indicator LIVE

Word Mark RADICCHIO
Goods and Services IC 036. US 100 101 102. G & S: FINANCIAL AND MONETARY AFFAIRS, NAMELY, CAPITAL INVESTMENT, PROVIDING FINANCIAL INFORMATION; ELECTRONIC PAYMENT, NAMELY, ELECTRONIC PROCESSING AND TRANSMISSION OF BILL PAYMENT DATA VIA MOBILE COMPUTER NETWORKS

Mark Drawing Code Design (1) TYPED DRAWING

Search Code
Serial Number 75888464
Filing Date January 5, 2000
Current Filing Basis 44E
Original Filing Basis 1B;44D
Published for Opposition May 20, 2003
Registration Number 2749147
Registration Date August 12, 2003
Owner (REGISTRANT) SMARTTRUST SYSTEMS OY COMPANY FINLAND
 ELIMAENKATU 17-19 HELSINKI FINLAND 00510
Assignment ASSIGNMENT RECORDED
Recorded Attorney of Record Jamie R. Shelden
Priority Date July 7, 1999
Type of Mark SERVICE MARK
Register PRINCIPAL
Live/Dead Indicator LIVE

Word Mark **RADICCHIO CULINARIA THE ITALIAN VEGETABLES THAT COOK!**
Translations The English translation of the word "CULINARIA" in the mark is "KITCHEN".
Goods and Services IC 029. US 046. G & S: Pre-packaged salad mix consisting primarily of **radicchio** and olive oil and vinegar. FIRST USE: 19980600. FIRST USE IN COMMERCE: 19980600
Mark (5) WORDS, LETTERS, AND/OR NUMBERS IN STYLIZED FORM

Drawing Code Design Search Code
Serial Number 75816696
Filing Date October 7, 1999
Current Filing Basis 1A
Original Filing Basis 1A
Published for April 11, 2000
Opposition Registration Number 2364746
Registration Date July 4, 2000
Owner (REGISTRANT) EUROPEAN VEGETABLE SPECIALTIES FARMS, INC.
CORPORATION CALIFORNIA 1155-B Merrill Street Salinas CALIFORNIA
93901
Attorney of Record STEPHEN GRUBB
Disclaimer NO CLAIM IS MADE TO THE EXCLUSIVE RIGHT TO USE "ITALIAN
VEGETABLES" APART FROM THE MARK AS SHOWN
Type of Mark TRADEMARK
Register PRINCIPAL
Live/Dead Indicator LIVE

Anexo V.2.5.**LISTADO DE VARIEDADES PROTEGIDAS
SAG- CHILE****VARIEDADES INSCRITAS EN EL REGISTRO DE VARIEDADES PROTEGIDAS
AL 30 DE NOVIEMBRE DE 2005
ESPECIES AGRICOLAS**

Alfalfa – Arroz – Arveja - Avena – Ballica híbrida – Ballica italiana – Ballica inglesa – Cebada – Cebolla –Chícharo- Frejol –Hierba de San Juan – Lenteja – Lupino – Maíz - Melón - Papa – Pasto miel – Pasto ovilla – Pepino - Quinoa – Tomate - Trébol blanco – Trébol rosado – Trébol subterráneo – Trigo candeal - Trigo panadero - Triticale.

ESPECIE - VARIEDAD	RESOLUCI ON INSCRIPCI ON	TERMINO PROTECCI ON	REPRESENTA NTE MANTIENE LA VARIEDAD	OBTENTOR	PAIS ORIGEN
<u>ALFALFA (Medicago sativa L.)</u>					
Superlechera HR	157	03-10-2006	AGR. M.L. BALDRICH	UNIVERSIDAD CATOLICA	CHILE
<u>ARROZ (Oryza sativa L.)</u>					
Ambar INIA	18/04	provisoria	INIA	INIA	CHILE
Brillante INIA	2/97	11-03-2012	INIA	INIA	CHILE
<u>ARVEJA (Pisum sativum L.)</u>					
Ashton	48/05	provisoria	SEMILLAS SEMINIS	DAVID WEBSTER	EE.UU.
Early Sweet 414	29/03	provisoria	SEMILLAS SEMINIS	DAVID WEBSTER	EE.UU.
<u>AVENA (Avena sativa L.)</u>					
Neptuno INIA	21/00	09-05-2015	INIA	INIA	CHILE
Pepita BAER	33/00	11-07-2015	SEMILLAS BAER	ERIK VON BAER	CHILE
Pincoya BAER	01/04	10-03-2019	SEMILLAS BAER	ERIK VON BAER	CHILE
Saturno INIA	20/00	09-05-2015	INIA	INIA	CHILE
Urano INIA	188	10-08-2008	INIA	AGRICULTURE CANADA	CANADA

BALLICA HIBRIDA (*Lolium x boucheanum*)

Grasslands Impact	71/99	14-09-2014	ECSA S.A.	AG-RESEARCH GRASSLANDS CROPMARK SEEDS LIMITED	N. ZELANDA
Matrix	32/03	provisoria	COOPRINSEM	WRIGHTSON SEEDS LTD.	N. ZELANDA
Maverick Gold	40/99	14-05-2014	ANASAC		N. ZELANDA

BALLICA ITALIANA (*Lolium multiflorum* Lam.)

Concord	158	03-10-2006	ANASAC	WRIGHTSON NMA LTD.	N. ZELANDA
Flanker	14/97	08-07-2012	ECSA S.A.	AGRISEEDS HOLDING LIMITED	N. ZELANDA
Montblanc	199	04-08-2009	CIA. INTER. DE SEMILLAS	MOMMERSTEEG INTER. B.V.	HOLAND A
Tonyl	01/00	14-03-2015	COM. AGROP. AGROAS LTDA.	R.A.G.T. SEMENCES	FRANCIA
Winter Star	24/03	provisoria	ANASAC	WRIGHTSON SEEDS LTD.	N. ZELANDA

BALLICA INGLESA (*Lolium perenne* L.)

Aries	50/99	13-07-2014	ANASAC	WRIGHTSON SEEDS LTD.	N. ZELANDA
Bronsyn	08/01	10-10-2016	ECSA S.A.	NEW ZEALAND AGRISEED LTD.	N. ZELANDA
Dobson	20/98	08-09-2013	ECSA S.A.	AGRISEEDS HOLDINGS LIMITED	N. ZELANDA
Ideal	02/01	09-05-2016	AGROAS LTDA.	R.A.G.T.	FRANCIA
Meridian	09/01	10-10-2016	ECSA S.A.	NEW ZEALAND AGRISEED LTD.	N. ZELANDA
Nevis	10/01	10-10-2016	ECSA S.A.	NEW ZEALAND AGRISEED LTD.	N. ZELANDA
Pastoral	42/01	12-12-2016	ANASAC	R.A.G.T.	FRANCIA
Quartet	43/01	12-12-2016	ANASAC	WRIGHTSON SEEDS LTD.	N. ZELANDA
Vedette	18/95	16-05-2010	ECSA S.A.	NEW ZEALAND AGRISEED LTD.	N. ZELANDA

CEBADA (*Hordeum vulgare* L.)

Acuario INIA	28/95	08-09-2010	INIA	INIA	CHILE
Alteza INIA	7/98	23-07-2013	INIA	INIA	CHILE
Aurora BAER	34/00	11-07-2015	SEMILLAS BAER	ERIK VON BAER	CHILE

<u>CEBOLLA (<i>Allium cepa</i> L.)</u>					
PS - 411	22/04	provisoria	SEMILLAS SEMINIS S.A.	AL BURKETT	EE.UU.
<u>CHICHARO (<i>Lathyrus sativus</i> L.)</u>					
Luanco INIA	08/05	provisoria	INIA	INIA	CHILE
<u>FREJOL (<i>Phaseolus vulgaris</i> L.)</u>					
Cimarrón Alliance	197	04-08-2009	ALLIANCE SEMILLAS S.A.	SNA	CHILE
Distinction	30/03	provisoria	SEMILLAS SEMINIS S.A.	ARIE OPPELAAR	HOLANDA
Ebro	10/04	provisoria	SEMILLAS SEMINIS S.A.	KEN KMIECIK	EE.UU.
Tapia	13/03	provisoria	SEMILLAS SEMINIS S.A.	GEORGE KOTCH	EE.UU.
Titán	43/04	provisoria	SEMILLAS SEMINIS S.A.	KEN KMIECIK	EE.UU.
Torcaza INIA	201	04-08-2009	INIA	INIA	CHILE
Trepador INIA	19/00	09-05-2015	INIA	INIA	CHILE
Venus INIA	202	04-08-2009	INIA	INIA	CHILE
<u>HIERBA DE SAN JUAN (<i>Hypericum perforatum</i> L.)</u>					
Anthos	25/98	provisoria	SOC. EST. HARNECKER LTDA.	CHRISTINE BOHR	ALEMANIA
<u>LENTEJA (<i>Lens esculenta</i> M.)</u>					
Super Araucana INIA	4/97	11-03-2012	INIA	INIA	CHILE
<u>LUPINO (<i>Lupinus albus</i> L.)</u>					
Rumbo BAER	20/95	11-07-2010	SEMILLAS BAER	ERIK VON BAER	CHILE
Typtop BAER	13/99	12-01-2014	SEMILLAS BAER	ERIK VON BAER	CHILE
<u>MAIZ (<i>Zea mays</i> L.)</u>					
PN 001	01/05	provisoria	SEMAMERIS	SEMAMERIS	CHILE
PN 009	02/05	provisoria	SEMAMERIS	SEMAMERIS	CHILE
<u>MELON (<i>Cucumis melo</i> L.)E</u>					
AMA 37-1034 AN	35/05	provisoria	SEMILLAS SEMINIS S.A.	MARIA CRUZ AYUSO	EE.UU.
Gold 264	31/03	provisoria	SEMILLAS SEMINIS S.A.	MARIA CRUZ AYUSO	EE.UU.

PAPA (*Solanum tuberosum* L.)

Asterix	163	25-04-2021	SEMILLAS SZ	ROPTA - Z.P.C.	HOLAND A
Caesar	164	25-04-2016	SEMILLAS SZ	ROPTA - Z.P.C.	HOLAND A
Daisy	35/03	provisoria	RAIMUNDO PEREZ DE ARCE	GERMICOPA S.A.	FRANCIA
Dorado	31/00	11-07-2015	McCAIN CHILE S.A.	HANDELMAATSCHA PPIJ VAN RIJN B.V.	HOLAND A
FL 1833	72/99	14-09-2014	EVERCRISP SNACK S.A.	DR. MARTIN CIPAR	EE.UU.
FL 1867	73/99	14-09-2014	EVERCRISP SNACK S.A.	DR. MARTIN CIPAR	EE.UU.
FL 1879	22/03	provisoria	EVERCRISP SNACK S.A.	DR. MARTIN CIPAR	EE.UU.
Innovator	14/01	10-10-2016	SEMILLAS SZ	HZPC HOLLAND B.V.	HOLAND A
Karu INIA	34/03	12-11-2018	INIA	INIA	CHILE HOLAND A
Monalisa	103	19-12-2009	SEMILLAS SZ	F.G. VAN DER ZEE	HOLAND A
Pukara INIA	178	31-03-2008	INIA	INIA	CHILE HOLAND A
Red Scarlett	41/04	provisoria	SEMILLAS SZ	B.V. de ZPC	HOLAND A
Symfonía	12/99	12-01-2014	SEMILLAS SZ	A. WALSMAN	HOLAND A
Umatilla Russet	18/02	11-09-2017	McCAIN CHILE S.A.	OREGON STATE UNIVERSITY	EE.UU.
Vivaldi	18/00	09-05-2015	SEMILLAS SZ	COOP "DE ZPC" B.A.	HOLAND A

PASTO MIEL (*Holcus lanatus* L.)

Melita	19/98	provisoria	ECSA S.A.	AGRISEEDS HOLDINGS LIMITED	N. ZELANDA
---------------	-------	------------	-----------	-------------------------------	---------------

PASTO OVILLO (*Dactylis glomerata* L.)

Grasslands Tekapo	26/95	provisoria	COMERCIAL TERRA LTDA.	AG RESEARCH	N. ZELANDA
Starly	01/03	provisoria	ANASAC	R.A.G.T.	FRANCIA

PEPINO (*Cucumis sativa* L.)

BAF 36-1082 GY	36/05	provisoria	SEMILLAS SEMINIS S.A.	BRUNO SIPEYRE	FRANCIA
---------------------------	-------	------------	--------------------------	---------------	---------

QUINOA (*Chenopodium quinoa* Willd.)

Regalona BAER	13/01	10-10-2016	SEMILLAS BAER	ERIK VON BAER	CHILE
<u>TOMATE (<i>Lycopersicon lycopersicum</i> L.)</u>					
FIR 18-2051	23/04	provisoria	SEMILLAS SEMINIS S.A.	MARIA RITA MOGNO	ITALIA
<u>TREBOL BLANCO (<i>Trifolium repens</i> L.)</u>					
Grasslands Prestige	44/01	provisoria	ANASAC	AG-RESEARCH GRASSLANDS SERVICIO DE INVEST.	N. ZELANDA
Will	45/01	provisoria	ANASAC	AGR.CAROLINA DEL NORTE Y USDA - ARS	EE.UU.
<u>TREBOL ROSADO (<i>Trifolium pratense</i> L.)</u>					
Redgold	03/00	14-03-2015	COM. AGROP. AGROAS LTDA.	CAL/WEST SEEDS	EE.UU.
Redqueli INIA Tolten	5/97 15/02	11-03-2012 provisoria	INIA ANASAC	INIA ANASAC	CHILE CHILE
<u>TREBOL SUBTERRANEO (<i>Trifolium subterraneum</i> L.)</u>					
Denmark	46/01	provisoria	ANASAC	D.A. NICHOLAS Y OTROS	AUSTRAL IA
Gosse	47/01	provisoria	ANASAC	P.E. BEALE	AUSTRAL IA
<u>TRIGO CANDEAL (<i>Triticum durum</i> Desf.)</u>					
Corcolón INIA Llaretá INIA Reamur Silur	17/03 9/97 68/05 69/05	14-05-2018 11-03-2012 provisoria provisoria	INIA INIA ANASAC ANASAC	INIA INIA RAGT 2 n S.A.S. RAGT 2 n S.A.S.	CHILE CHILE FRANCIA FRANCIA
<u>TRIGO PANADERO (<i>Triticum aestivum</i> L.)</u>					
Barbaro BAER	02/03	12-03-2018	SEMILLAS BAER	ERIK VON BAER	CHILE
Bingo BAER	32/00	11-07-2015	SEMILLAS BAER	ERIK VON BAER	CHILE
Caluga BAER	12/01	10-10-2016	SEMILLAS BAER	ERIK VON BAER	CHILE
Centella INIA Coyan INIA	14/03 194	provisoria 04-08-2009	INIA INIA	INIA INIA	CHILE CHILE

Crac BAER	19/95	16-05-2010	SEMILLAS BAER	ERIK VON BAER	CHILE
Dollinco INIA	6/98	23-07-2013	INIA	INIA	CHILE
Domo INIA	176	31-03-2008	INIA	INIA	CHILE
Halcón	03/01	09-05-2016	ANASAC	CIMMYT	MEXICO
Huañil INIA	6/97	11-03-2012	INIA	INIA	CHILE
Huayun INIA	195	04-08-2009	INIA	INIA	CHILE
Kumpa INIA	16/02	11-09-2017	INIA	INIA	CHILE
Libungo INIA	19/04	provisoria	INIA	INIA	CHILE
Nilahue INIA	15/03	14-05-2018	INIA	INIA	CHILE
Opala INIA	23/00	09-05-2015	INIA	INIA	CHILE
Pandora INIA	16/03	14-05-2018	INIA	INIA	CHILE
Puelche Baer	59/04	provisoria	SEMILLAS BAER	ERIK VON BAER	CHILE
Quelen INIA	177	31-03-2008	INIA	INIA	CHILE
Quijote BAER	33/98	10-11.2013	SEMILLAS BAER	ERIK VON BAER	CHILE
Quino BAER	02/04	provisoria	SEMILLAS BAER	ERIK VON BAER	CHILE
Rupanco INIA	20/04	provisoria	INIA	INIA	CHILE
Swindy	40/04	provisoria	ANASAC	SWALOF WEIBULL SARL	FRANCIA
Tamoi INIA	8/97	11-03-2012	INIA	INIA	CHILE
Tricahue	4/98	25-05-2013	ANASAC	SNA	CHILE
Tukán INIA	196	04-08-2009	INIA	INIA	CHILE
Verónica	169	03-10-2006	UNIVERSIDAD CATOLICA	UNIVERSIDAD CATOLICA	CHILE
TRITICALE (X <i>Triticosecale</i> Wittm.)					
Aguacero INIA	21/04	provisoria	INIA	INIA	CHILE
Lonko BAER	17/02	11-09-2017	SEMILLAS BAER	ERIK VON BAER	CHILE
Peteroa INIA	18/03	14-05-2018	INIA	INIA	CHILE