

**Mercado de Productos Halal**

**Berlin, Alemania**

**Agosto 2011**



DOCUMENTO ELABORADO POR  
GITTE CULLMANN  
PARA EL DEPARTAMENTO DE  
COMERCIO SUSTENTABLE DE PROCHILE  
[gitte\\_c@gmx.de](mailto:gitte_c@gmx.de)  
[www.prochile.gob.cl](http://www.prochile.gob.cl)

**Estudio: El mercado Halal en  
Berlín, Alemania y las  
posibilidades para exportadores  
chilenos**

## El mercado Halal en Berlín, Alemania y las posibilidades para exportadores chilenos

### Contenido

Contenido.....	2
1. Introducción.....	4
2. El potencial de los productos Halal en Alemania.....	5
2.1 El mercado Halal en Alemania.....	5
2.2 Grupo objetivo de productos Halal.....	6
2.2.1 Musulmanes en Alemania.....	6
2.2.2 Los musulmanes en Berlín.....	7
2.2.3 El consumidor de productos Halal en Alemania.....	7
2.3 Precios de productos Halal.....	10
3. Procedimiento para el ingreso de productos Halal al mercado local.....	11
3.1 La certificación Halal en Alemania.....	11
3.1.1 El Instituto Europeo de Certificación Halal (EHZ = <i>Europäisches Halalzertifizierungsinstitut</i> ).....	11
3.1.2 HalalControl.....	12
3.1.3 SGS.....	12
3.1.4 m-haditec.....	12
3.1.5 Otros certificados Halal.....	13
3.2 Precios de la certificación.....	13
3.3 Productos Halal con un certificado chileno.....	13
3.3.1 Certificación de productos Halal en Alemania.....	14
3.3.2 Confianza en los certificados.....	15
4. Vías de comercialización de productos Halal chilenos y posibles importadores.....	17
4.1 Productos acabados.....	17
4.1.1 Mercado mayorista.....	17
4.1.2 Mercados con productos Halal en Berlín.....	18
4.2 Insumos para la producción.....	22
4.3 Etiquetado para productos de exportación en Alemania.....	30
5. Dificultades previsibles para las importaciones de productos Halal provenientes desde Chile en el mercado alemán.....	31
6. Recomendaciones para PYMES.....	33
6.1 Publicidad.....	33
6.1.1 Campañas de publicidad.....	33
6.1.2 Presencia en Medios.....	34

6.2	Reconocimiento del Estándar Halal de Malasia.....	15
6.3	Misión tecnológica.....	34
6.4	Ferias – Creación de un consorcio para la participación en ferias.....	35
7.	Conclusiones.....	45

## 1. Introducción

El presente estudio está basado en las oportunidades comerciales de bienes de consumo con certificación Halal en la Gran Región de Berlín, región de Alemania donde habita un gran número de musulmanes. La información presentada en cuanto a la caracterización del comportamiento de los consumidores, canales de comercialización y actores comerciales es extensible al resto de los estados federales, considerando que el tránsito de los productos no es estrictamente regional, lo cual es facilitado por que las bases de distribución están fuera de Berlín. Por lo tanto, y por extensión, la información entregada es aplicable a otras regiones de Alemania (y de Europa). Sin embargo es Berlín la ciudad que acogerá en un principio los productos Halal importados desde Chile, debido a la importancia de su población musulmana al compararla con otras regiones de Alemania.

Este estudio comienza con una breve descripción de la situación actual y del desarrollo de los productos Halal en Alemania, los cuales están estrechamente relacionados con la población musulmana residente. Posteriormente, basándose en una serie de estudios, se describirán con mayor profundidad las conductas observadas en este tipo de consumidores.

En el capítulo 3 se mencionarán las distintas posibilidades de comercialización que actualmente se presentan para introducir los productos Halal provenientes de Chile al mercado alemán. Puesto que los productos Halal requieren de un certificado especial, de gran importancia para la comunidad islámica, se clarificará a los exportadores las vías existentes para acceder a esta certificación en Alemania y la relevancia de los distintos certificadores en Alemania. Se describe la posibilidad de certificar los productos en Chile antes de exportarlos al mercado alemán.

El cuarto capítulo describe las vías de comercialización: desde el despacho del producto terminado desde Chile ya sea a los mercados mayoristas turcos, a los grandes importadores o a los supermercados que también ofrecen los productos Halal.

En el quinto capítulo se describen las dificultades que podrían enfrentar los productos Halal provenientes de Chile en el mercado musulmán alemán. Estas dificultades están relacionadas con una serie de cambios en las costumbres de los consumidores y a la carencia de una estandarización en la entrega de los distintas certificaciones Halal, lo cual muestra lo caprichoso que puede ser la introducción y comercialización de productos Halal en Alemania y en el resto de Europa.

En el sexto capítulo se proponen una serie de consejos que facilitarían el proceso exportador a la pequeña y mediana empresa nacional de productos Halal a Alemania.

## 2. El potencial de los productos Halal en Alemania

### 2.1 El mercado Halal en Alemania

El 17% de la venta de alimentos a nivel internacional corresponde a productos Halal. A nivel mundial sus ventas llegan a los 641 mil millones de dólares. Por otro lado, la población musulmana crece por encima de la media comparado con el incremento general de la población del resto de Europa. En consecuencia, se puede decir que el aumento de los miembros integrantes de las comunidades musulmanas en el mundo, y por supuesto también en Europa, provoca que la demanda global de los productos Halal se encuentre en continuo crecimiento.

En Alemania existen actualmente alrededor de 400 empresas que ofrecen productos Halal. Al igual que los certificados para productos alimenticios *Bio* o *Kosher*, los productos Halal están estableciendo su propio certificado, el cual asegura que los insumos, los procesos productivos y el producto final cumplen con las normas Halal. Estas normas se refieren a productos permitidos y tolerados para el consumo por parte de los musulmanes.

El mercado Halal en Alemania ha presentado un incremento anual de un 16% aproximadamente, calculándose que el volumen del mercado Halal en este país es de entre 4 y 5 mil millones de euros (entre 5,8 y 7,3 mil millones de dólares)<sup>1</sup>. El cofundador de HalalControl, Mahmoud Tatari, habla de un “boom” de productos Halal que se ha ido desarrollando recientemente en Alemania.

Actualmente las empresas reconocen la importancia de ofertar productos Halal y por tal motivo ajustan su producción y su surtido a las demandas locales por estos tipos de productos. Más allá de Alemania, se puede observar el potencial que tiene el mercado Halal: los expertos cuentan con que el volumen de ventas en Europa aumente a 46 mil millones de Euros. En países como Reino Unido y Francia, varias empresas ya están haciendo enormes ganancias con los productos permitidos para musulmanes. El ejemplo más reciente de la ofensiva Halal es la cadena de comida rápida Quick<sup>2</sup>, que está poniendo a prueba las hamburguesas Halal en ocho restaurantes en Francia. Y es todo un éxito, de acuerdo a informes de prensa que indican que las ventas aumentaron un 30 por ciento en una sucursal cerca de Lyon<sup>3</sup>.

Alemania se encuentra junto con Francia y Reino Unido entre los tres principales consumidores de productos Halal en Europa. Hoy en día los productos Halal están disponibles en toda Europa al menudeo<sup>4</sup>, lo cual también considera el desarrollo y la oferta de marcas propias por parte de los supermercados<sup>5</sup>.

---

<sup>1</sup> [www.Halal.de](http://www.Halal.de)

<sup>2</sup> <http://www.quick.be/>

<sup>3</sup> <http://www.tagesspiegel.de/wirtschaft/einen-mc-Halal-bitte/1657334.html>

<sup>4</sup> Pero, como se va a ver más abajo, las características de los mercados Halal son muy diferentes.

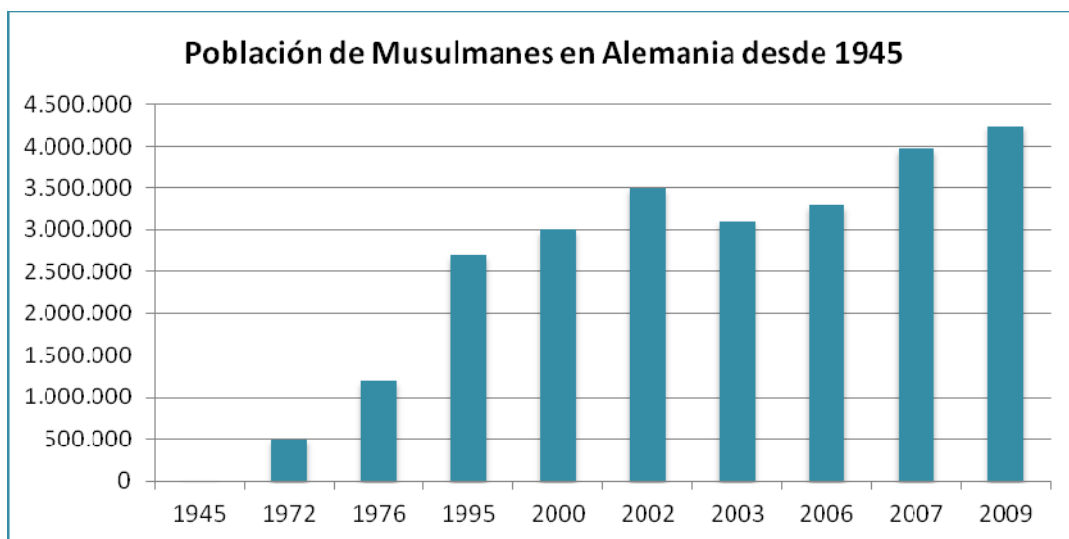
<sup>5</sup> Islamische Zeitung 18.01.2010

## 2.2 Grupo objetivo de productos Halal

### 2.2.1 Musulmanes en Alemania

La Segunda Guerra Mundial provocó en Alemania y en gran parte de Europa numerosos muertos y prisioneros de guerra, principalmente debido a los perseguidos y asesinados por el régimen nazi, dando como resultado que en la época inmediatamente posterior a este conflicto (década de 1950) se presentara un escenario de escasez de trabajadores en todo el país. A raíz de esta situación se contrataron cada vez más trabajadores temporales (*Gastarbeiter*) provenientes principalmente de España, Turquía, Marruecos, Túnez y Yugoslavia.

Debido a que en algunos de estos países la mayoría de la población es musulmana, la historia de los musulmanes que viven en Alemania tiene una larga tradición y durante los últimos 60 años la cifra de la población con raíces islámicas ha ido creciendo continuamente. Actualmente en Alemania viven entre 3,8 y 4,3 millones de musulmanes, quienes representan entre un 4,6 y 5,2 por ciento de la población.



Fuente: Zentralinstitut Islam-Archiv Deutschland, BAMF 2011

En Alemania el Islam es la confesión más grande después de la religión cristiana (después de protestantes y católicos<sup>6</sup>). El grupo más grande de musulmanes que vive en Alemania es el de los Sunníes con un 74%, seguido por los Alevíes con un 13% y los Shiítas con un 7%. El 98% de los musulmanes que viven en Alemania tienen domicilio en los estados federales de la antigua

<sup>6</sup> Bundesamt für Migration und Flüchtlinge [http://www.integration-in-deutschland.de/nn\\_282926/SubSites/Integration/DE/01\\_Ueberblick/ThemenUndPerspektiven/Islam/Deutschland/deutschland-node.html? nnn=true](http://www.integration-in-deutschland.de/nn_282926/SubSites/Integration/DE/01_Ueberblick/ThemenUndPerspektiven/Islam/Deutschland/deutschland-node.html? nnn=true) (24.03.2011)

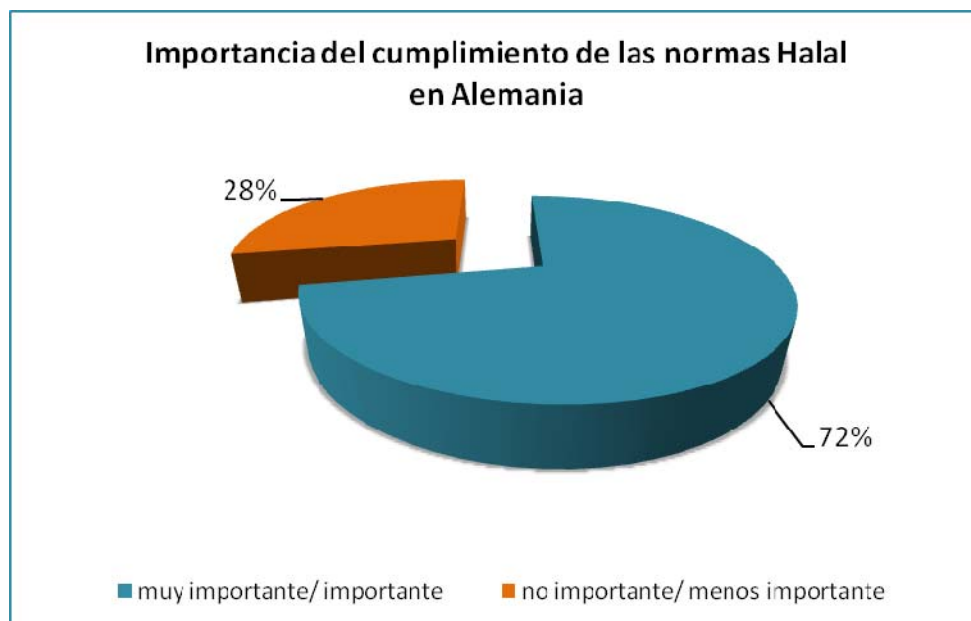
Alemania Occidental<sup>7</sup>. Con un 63,2% Turquía llega a ser la región de origen más representada por inmigrantes musulmanes.

### 2.2.2 Los musulmanes en Berlín

En Berlín viven alrededor de 212.700 musulmanes, siendo la mayoría de ellos de origen turco, con lo cual casi el 7% de la población en esta ciudad es de origen musulmán. Comparado con otras ciudades o estados federales en Alemania, Berlín es la región dónde se encuentra la más alta cantidad de inmigrantes musulmanes. Esta situación es particularmente evidente por el hecho de que 1 de cada 10 empresas turcas tienen su sede en Berlín.

### 2.2.3 El consumidor de productos Halal en Alemania

Según un estudio representativo que contiene entrevistas con musulmanes domiciliados en Alemania, las reglas en la producción y en el consumo de productos Halal son consideradas como importantes o muy importantes para el 72% de la población islámica. El 28% restante indica que las normas religiosas no le afectan mayormente en su preferencia de consumo<sup>8</sup>.



Este gran porcentaje de personas para los cuales su consumo de alimentos no se rige por costumbres religiosas le otorga un dinamismo especial al proceso de integración con la sociedad alemana, lo cual incide finalmente en la forma en que se modifican sus prácticas relacionadas con el consumo de alimentos. Los musulmanes que viven en Alemania llevan generaciones en la

<sup>7</sup> Muslimisches Leben in Deutschland, Bundesamt für Migration und Flüchtlinge, Deutsche Islam Konferenz. Nürnberg. 2009.

<sup>8</sup> Dr. Tanju Aygün. Marktmacht Migration – Potenzial für Markenartikelindustrie und Handel. 2010.

República Federal por lo cual han asimilado muchas de las costumbres que son propias de los alemanes, principalmente los representantes más jóvenes de este grupo.



Los consumidores que le dan importancia significativa a las normas religiosas del Islam tienen determinadas necesidades y expectativas, tales como:

- Que los alimentos sean elaborados en base a las normas dietéticas islámicas y con el cumplimiento de las reglas Halal.
- Productos de buena calidad.
- Mayor diversidad de puntos de venta de productos Halal.
- Mayor diversidad en los productos disponibles para su compra.
- Precios bajos.
- Selección más grande de productos de conveniencia Halal (Halal convenience products).
- Presentación atractiva y adecuada de los productos.<sup>9</sup>

Los mismos consumidores compran productos “no-críticos” como frutas y verduras en supermercados con características “normales” (alemanes). La carne y otros productos que podrían no ser Halal (Haram, prohibido) se compran sobre todo en establecimientos turcos ya que:

- Confían en los comerciantes musulmanes,
- Confían en los certificados realizados por musulmanes,
- Confían en los auditores musulmanes porque responsabilizan su decisión frente a Alá,
- Confían en representantes de instituciones musulmanes que subrayan la credibilidad de los auditores,
- y confían en cadenas de comercio que son fiables de acuerdo a los medios de comunicación.

En relación al último punto, nos referimos principalmente a medios de comunicación que en su mayoría son páginas web, tales como: [www.halal.de](http://www.halal.de) donde se dan una serie de consejos referentes a los productos Halal, así como tablas de ingredientes que son aceptados por los musulmanes. También hay una guía de compra de productos Halal para musulmanes que es actualizada periódicamente y editada por el servicio al consumidor. Este guía se llama “Einkaufsführer für Muslime” ([http://www.umweltjournal.de/AfA\\_naturkost/15229.php](http://www.umweltjournal.de/AfA_naturkost/15229.php)). La novedad del momento y que ha tenido una gran aceptación por parte de los consumidores es la nueva revista “Bio & Halal” (<http://www.bioundHalalmagazin.com/>), donde se presentan nuevos productos y tips de consumo, así como innovaciones reglamentarias y legales en torno a los productos Halal.

Del estudio publicado por Aygün<sup>10</sup> se desprende que el 49% de los consumidores turco-alemanes realizan sus compras en negocios minoristas turcos, el 11% de este tipo de consumidores realiza su compra en los supermercados tradicionales y el 47% de los

<sup>9</sup> Dr. Susanne Wiese-Willmaring. Neutrale Halal-Zertifizierung Märkte -Marken –Konsumenten. 2010.

<sup>10</sup> Dr. Tanju Aygün. Marktmacht Migration –Potenzial für Markenartikelindustrie und Handel. 2010.

entrevistados compra, por lo menos una vez por semana, en los supermercados de rebajas, tales como Lidl, Aldi y otros. Sin embargo, hay que clarificar que en este tipo de supermercados se compran los productos neutrales que no tienen que ver con una alimentación Halal (por ej. frutas y verduras).

### ***2.3 Precios de productos Halal***

Desgraciadamente, hasta ahora no existe en Alemania ningún estudio sobre las diferencias de precios para productos Halal. En Alemania el Instituto Federal de Estadísticas corresponde al organismo encargado de llevar un registro de los precios de todos los productos ([http://www.statistikportal.de/Statistik-Portal/de\\_inhalt21.asp](http://www.statistikportal.de/Statistik-Portal/de_inhalt21.asp)), incluyendo los alimentos, pero no existe un registro paralelo que solamente considere los productos con certificación Halal.

### 3. Procedimiento para el ingreso de productos Halal al mercado local

#### 3.1 La certificación Halal en Alemania

En Alemania existen instituciones musulmanas, mezquitas y empresas privadas que otorgan la certificación a productos Halal. A nivel internacional no hay ningún estándar de certificación Halal que cuente con reconocimiento universal, a pesar de que esto es deseado por el mundo musulmán. Las únicas instituciones que otorgan certificaciones reconocidas mundialmente se encuentran en Malasia, Indonesia y Tailandia – normas utilizadas internacionalmente para las certificaciones. Al mismo tiempo existen en Alemania instituciones que son reconocidas por los tres países asiáticos. En total son cinco las instituciones alemanas que ya están reconocidas o en vías de serlo: estas son el Centro Islámico de Hamburgo (*Islamische Zentrum in Hamburg*), Halal Control de Rüsselsheim, el Centro Islámico de Aachen (*Islamisches Zentrum in Aachen*), el Centro Islámico de Múnich (*Islamisches Zentrum in München*) y el Instituto Europeo de Certificación Halal (*Europäisches Halal-Zertifizierungsinstitut*). A continuación se presenta el trabajo de algunas de estas instituciones así como también la labor de otras dos instituciones privadas con fines de lucro.

##### 3.1.1 El Instituto Europeo de Certificación Halal (EHZ = *Europäisches Halalzertifizierungsinstitut*)

Sitio web: <http://www.eurohalal.eu/>



El EHZ está organizado por el Consejo Islámico (*Islamrat*) de la República Federal de Alemania y de las Comunidades del Norte de Alemania. En este instituto se certifican los productos de acuerdo a las normas Halal. La sede del instituto para la certificación se encuentra en Hamburgo y cuenta con auditores que actúan de forma independiente a las empresas que quieren certificar sus productos. La empresa que requiere tal certificación para sus productos tiene que garantizar el acceso del auditor a todas las etapas del proceso de producción; la certificación se realiza después de la visita del auditor y, en caso necesario, después de las pruebas de laboratorio. Para darle validez al certificado se debe contar con el acuerdo del consejo de eruditos islámicos del instituto. Cuando la empresa recibe la confirmación del consejo, puede incorporar el logo Halal en el empaque del producto.

Proceso de certificación del EHZ:

- 1) Consulta de certificación Halal
- 2) Formularios para la presentación de la empresa y solicitud
- 3) Visita a la empresa por un auditor

- 4) Pruebas de laboratorio
- 5) Análisis de la visita y del informe de laboratorio por el Consejo de eruditos
- 6) Decisión del Comité del Consejo de eruditos del Instituto EHZ

### 3.1.2 HalalControl

Sitio web: <http://www.halalcontrol.de/>



HalalControl es un organismo independiente acreditado para certificar alimentos Halal en Alemania. La certificación se basa en el Malaysia Halal Standards MS 1500:2009. Esta certificación de productos Halal está integrada en el Sistema de Aseguramiento de HalalControl, que incluye la inspección de la empresa, la aplicación de normas internacionalmente aceptadas de "Halal", un proceso de auditoría, un sistema de revalidación y formación del personal.

**¡Error! No se encuentra el origen de la referencia.**

El proceso de la certificación de Halal-Control

HalalControl certifica los siguientes sectores productivos: alimenticio (excluyendo carne), productos químicos, farmacéuticos, cosméticos, productos básicos, servicios y productos sanitarios, de hotelería y de comercio.

### 3.1.3 SGS

Sitio web: <http://www.qiblafoodcontrol.de/>



SGS Germany – Certificación según “Qibla Food Control“. El estándar "Qibla Food Control" (QFC) es un estándar de calidad Halal elaborado por musulmanes en cooperación con expertos en la alimentación. Se trata de un instituto de certificación independiente que comprueba y certifica a empresas del sector alimenticio según el estándar QFC. Los auditores son expertos (por ejemplo veterinarios o tecnólogos de alimentos) que trabajan en cooperación con autoridades musulmanas. El certificado es válido por un año. Se realizan inspecciones no anunciadas por parte de los auditores del QFC y la formación del personal interno forma parte de las normas de certificación.

### 3.1.4 m-haditec

Sitio web: <http://www.mhaditec.de/>



La m-haditec, con sede en Bremen, certifica alimentos, productos cosméticos y productos para el consumo de empresas en los países de habla alemana (Alemania, Austria, Suiza y Países Bajos). La certificación requiere la

comprobación de la calidad Halal de los ingredientes y un recorrido por la fase de producción, tomando las *Fatwas* (leyes islámicas) como base. En el primer paso, las empresas que aplican a esta certificación deben responder un cuestionario sobre las características de elaboración de sus productos. Posteriormente se realiza la visita de los auditores. El certificado Halal es válido solamente por un año y para su renovación se requiere una nueva visita de los auditores a la empresa y la comprobación de la condición Halal de los productos.<sup>11</sup>

### 3.1.5 Otros certificados Halal



JAKIM de Malasia



Majelis Ulama de Indonesia



MUIS de Singapur

### 3.2 Precios de la certificación

Los precios para la certificación dependen de las características de los productos que serán certificados. La gama de productos se extiende entre los sectores no alimenticios como por ejemplo cosméticos y medicamentos, y los del sector alimenticio tales como carne, pero también se puede solicitar la certificación Halal para empresas de servicios tales como restaurantes, hospitales, jardines infantiles, hoteles, empresas logísticas, productos financieros y servicios de todo tipo.

El paquete básico de visita a una empresa (en Alemania) es de €450 (US\$650). Los costos de certificación por el primer año son de entre €2.300 y €3.200 (US\$3.400 y US\$4.600). Para la renovación del certificado, los precios varían entre €1.500 y €2.400 EUR (US\$2.200 y US\$3.500)<sup>12</sup>.

### 3.3 Productos Halal con un certificado chileno

En entrevista realizada al Sr. Mahmoud Tatari de HalalControl, se indica que la importación a Alemania de productos Halal proveniente de terceros países carentes de cultura islámica está recién comenzando. Aún es poca la confianza que existe sobre los estándares de certificaciones locales de los países exportadores, debido a que el mercado musulmán alemán privilegia los productos certificados por instituciones reconocidas internacionalmente, como puede ser Sunrider International<sup>13</sup>, empresa asentada en varios países alrededor del mundo tales como Estados Unidos, Brasil, México, Canadá, Colombia, Sudáfrica, Bélgica, Finlandia, y otros.

<sup>11</sup> [www.Halal-zertifikat.de](http://www.Halal-zertifikat.de)

<sup>12</sup> de m-haditec

<sup>13</sup> <http://www.sunrider.com/>

Ya que no hay una norma internacional de consenso para la certificación de producto Halal se hace muy difícil llevar a cabo un control de pureza de los productos importados. Puesto que el “producto Halal” no está inscrito legalmente (como marca) en Alemania existen distintas certificaciones que solo confunden al consumidor, sin que exista la posibilidad de clarificar cuáles son de confianza. Badreddin Hawari, del Instituto Islámico en Aachen, subrayó que el consumidor musulmán exige para la certificación Halal un estándar internacional de referencia serio para los productos Halal, pero aún falta mucho para que se cumpla este anhelado deseo. Se debe llevar a cabo una serie de cambios legales que permitan, por ejemplo, el registro legal de la marca “producto Halal”<sup>14</sup>. El World Halal Council<sup>15</sup> es la luz en esta selva de certificaciones ya que es el ente que le otorga más confianza al mundo musulmán y es una exigencia mínima para los productos provenientes de terceros países no musulmanes como es el caso de Chile.

La homologación internacional de la certificación de productos Halal es un paso importante. El World Halal Council es la unión de 57 estados en la Organización de la Conferencia Islámica (OIC). La OIC ha establecido un sistema de normas que pretenden definir en conjunto con los productores y comercializadores en el ámbito alimentario, farmacéutico, cosmético, turístico, financiero y bancario, un estándar unificado para la certificación Halal.

### **3.3.1 Certificación de productos Halal en Alemania**

Cuando se desea certificar en Alemania los productos importados desde Chile es indispensable establecer un contacto directo con la institución alemana responsable para iniciar el proceso (véase 3.1). Esta certificación local en Alemania tiene un gran sentido para los productos Halal importados desde Chile, puesto que es el punto de partida para obtener la confianza de los consumidores musulmanes alemanes a los productos chilenos Halal.

---

<sup>14</sup> <http://www.Halal-europe.com/>

<sup>15</sup> <http://www.Halalworld.org>

### 3.3.2 Confianza en los certificados



De acuerdo al Dr. Djavad Mohagheghi, Gerente de Halal World, la importancia de los certificados Halal depende de la aceptación de los consumidores musulmanes, los cuales, hasta el momento, no han notado la presencia de productos Halal chilenos en el mercado alemán.

El consumidor musulmán alemán está en desventaja en cuanto a la oferta de productos comercializados, al compararlo con la experiencia de los mercados Halal de Francia e Inglaterra. Los supermercados alemanes están al comienzo de esta carrera incorporando recientemente productos Halal en sus estantes, situación que obliga a los consumidores musulmanes a comprar en los supermercados árabes, turcos o iraníes, los cuales ya cuentan con las certificaciones acostumbradas.

### 3.4 Reconocimiento del Estándar Halal de Malasia

En la entrevista con los distintos expertos<sup>16</sup> en importación de productos Halal y de los certificados Halal queda claro la importancia de reconocer la Norma de Malasia por parte de cualquier institución que emita las certificaciones Halal. El estándar malasio es mundialmente reconocido (MS 1500:2009), fue realizado por el Departamento de Desarrollo Islámico del gobierno malasio (JAKIM) y cuenta con aceptación mundial. Si un país desea ingresar al mercado de los productos Halal es indispensable reconocer e implementar el Estándar malasio del JAKIM para certificar los productos que se intenten comercializar.

<sup>16</sup> del Halal World – Germany

DEPARTMENT OF STANDARDS MALAYSIA

Century Square, Floor 1 & 2,  
Block 2300,  
Jalan Usahawan,  
63000 Cyberjaya Selangor

Fon: 03-8318 0002  
Fax: 03-8319 3131  
Mail: [central@standardsmalaysia.gov.my](mailto:central@standardsmalaysia.gov.my)



## 4. Vías de comercialización de productos Halal chilenos y posibles importadores

### 4.1 Productos acabados

#### 4.1.1 Mercado mayorista

Los hipermercados europeos están ampliando día a día la superficie de productos Halal. Los productos turcos Halal viven actualmente un boom por el aumento de su presencia en los supermercados tradicionales alemanes como Edeka, Rewe, Metro y Lidl. Los supermercados mencionados han comenzado con la venta de productos Halal más modernos e innovadores. Institutos reconocidos tanto por las comunidades musulmanas así como por el estado llevan a cabo las pruebas de certificación conforme a lo dictado según el Islam en todos los países industrializados de occidente<sup>17</sup>. Pero como ya mencionamos, toda esta introducción de productos Halal está en sus inicios y hay que esperar los resultados de esta presencia en los supermercados alemanes. Sin embargo, los importadores alemanes ven un gran potencial en la comercialización de productos Halal.

Una de las posibilidades para posicionar los productos Halal provenientes de Chile en el mercado alemán es la directa comercialización con el departamento de compras de los supermercados antes mencionados. Algunas direcciones a considerar por exportadores chilenos son:

#### EDEKA C+C

MIOS Großhandel GmbH Wittelsbacherallee 61 32427 Minden	Telefon 0571-802 17 61 Telefax 0571-802 13 15 E-Mail: <a href="mailto:info@mios.de">info@mios.de</a>
---	--

Las siete direcciones regionales de EDEKA son las responsables de las compras diarias para surtir a las sucursales regionales con los productos para venta.

#### EDEKA Alemania

EDEKA ZENTRALE AG & Co. KG New-York-Ring 6 22297 Hamburg	Telefon (040) 6377 – 0 Telefax (040) 6377 – 2231 E-Mail: <a href="mailto:info@edeka.de">info@edeka.de</a>
--	---

#### Metro Alemania

METRO Cash & Carry Deutschland GmbH Metro-Straße 8 40235 Düsseldorf	Telefon 0211 / 969-0 Telefax 01805 - 780 500 E-mail: <a href="mailto:kontakt@metro24.de">kontakt@metro24.de</a>
---	---

METRO Cash & Carry es un supermercado mayorista para profesionales y comerciantes autónomos. Atiende a los siguientes grupos de clientes: empresas de servicio de la alimentación

<sup>17</sup> <http://www.bioundHalalmagazin.com/ausgabe-april-2008/editorial/>

como restaurantes, hoteles y empresas de catering; empresas y distribuidores minoristas; consumidores institucionales como hospitales, hogares de ancianos, comedores, jardines infantiles; profesionales como médicos, arquitectos o periodistas.

**Lidl Alemania**

Schwarz E-Commerce GmbH & Co. KG  
Stiftsbergstr. 1  
74172 Neckarsulm

Telefon 01805 - 555 435  
E-Mail: [info@lidl-shop.de](mailto:info@lidl-shop.de)

El grupo Lidl cuenta con más de 10.000 tiendas en toda Europa.

**4.1.2 Mercados con productos Halal en Berlín**

Por las entrevistas realizadas se puede ver claramente que los productos Halal comercializados en los típicos mercados turcos son los preferidos por los consumidores musulmanes, ya que en estos productos está depositada su confianza, lo cual es también explicable por la gran población berlinesa con raíces turcas. No se puede dejar de mencionar a “Halal.de”, portal web que reúne a 52 importadores de productos Halal que distribuyen en la región del gran Berlín. Los productos comercializados son muy diversos, ofreciendo en su mayoría alimentos en general, carne, pescado, lácteos y snacks.



Establecimientos turcos en Berlín, Alemania.

	Nombre de negocio	Dirección	Teléfono
1	ABA SHOP EXPORT-IMPORT GMBH	Augsburger Str. 11 10789 BERLÍN	+4930/2115643
2	ADAM IMPORT-EXPORT GMBH	Beusselstr. 44 10553 BERLÍN	+4930/6917624
3	AK TEX EXPORT-IMPORT	Mariannenstr. 26 A 10999 BERLÍN	+4930/6112576
4	ALASC EXPORT-IMPORT	Ebersstr. 14 10827 BERLÍN	+4930/7827532
5	AL-KAR IMPORT-EXPORT GMBH	Kochstr. 3 10969 BERLÍN	+4930/2513603
6	ALPARSLAN IMPORT-EXPORT	Adalbertstr. 11 10999 BERLÍN	+4930/6142982
7	ALTAY TICARET IMPORT-EXPORT	Potsdamer Str. 117-119 10783 BERLÍN	+4930/2611289
8	ANEX IMPORT-EXPORT HANDELSGESELLSCHAFT	Sanderstr. 6 12047 BERLÍN	+4930/6942214
9	ARZU EXPORT-IMPORT	Maybaucher 1 12047 BERLÍN	+4930/6938934
10	BA-TU WARENHANDEL	Köpenicker Str. 16-17 10997 BERLÍN	01723860845
11	BIZIM EXPORT	Perlebergerstr. 54 10559 BERLÍN	+4930/3941239
12	CENGIZ IMPORT-EXPORT	Mannsteinstr. 7 10783 BERLÍN	+4930/2151007
13	DEMIRCAN EXPORT-IMPORT	Meuendorfer Str. 90 13585 BERLÍN	+4930/3359234
14	EFOR INT. EXPORT-IMPORT GMBH	Alt Moabit 74 a 10555 BERLÍN	+4930/3929016
15	EKOL TEXTIL GROSSHANDEL GMBH	Lüneburgerstr. 385 10557 BERLÍN	+4930/3948651
16	FA. S. YANILMAZ EINZEL U. GROSSHANDEL EXPORT-IMPORT	Karl Marx Str. 33 12043 BERLÍN	+4930/6245554
17	GUN-COMPANY	Eisenacherstr.19 12109 BERLÍN	Tel. +4930/701 79520 Fax +4930/ 701 79521
18	GUN-COMPANY	Lietzenburgerstr.88 10719 BERLÍN	Tel. +4930/ 886764 23 Fax +4930/ 886 768 50
19	GURCEVIK IMPORT-EXPORT	Naunynstr. 2 10997 BERLÍN	+4930/6122001
20	ILKADIM EXPORT-IMPORT	Kottbuserstr. 18 10999 BERLÍN	+4930/6181093
21	IMPA GMBH	Skalitzer Str. 41 10997 BERLÍN	+4930/6123916
22	IMPERIUM IMPORT-EXPORT	Stuttgarter Platz 8 10627 BERLÍN	+4930/3246832

	Nombre de negocio	Dirección	Teléfono
23	IMPEX EXPORT	Augsburgerstr. 31 10789 BERLÍN	+4930/2176788
24	INTER 2000 HANDELS GMBH	Stromstr. 21 10551 BERLÍN	+4930/ 3962870
25	ISLEM GMBH	Flughafenstr. 15 12053 BERLÍN	+4930/6249201
26	JAPAN BASAR IMPORT-EXPORT	Oranienstr. 37 10999 BERLÍN	+4930/6149480
27	KAMER IMPEX IMPORT-EXPORT	Brüsseler Str. 1 13353 BERLÍN	+4930/4536058
28	KENT EXPORT	Karl-Marx-Str. 172 12043 BERLÍN	+4930/6868043
29	KESKIN IMPORT-EXPORT	Charlottenstr. 4 10969 BERLÍN	+4930/8055528
30	MELI EXPORT-IMPORT TEXTILIEN GROSS-UND EINZELHANDEL	Kottbusser Damm 98 10967 BERLÍN	+4930/6915206
31	MEXIM IMPORT-EXPORT GMBH	Mittenwalder Str. 57 10961 BERLÍN	Tel. +4930/6913191 Fax: +4930/6918052
32	MONOPRIX TEXTIL GROSSHANDEL	Hermannstr. 176 12051 BERLÍN	+4930/6221219
33	OCAK IMPORT-EXPORT	Adalberstr. 9 10999 BERLÍN	+4930/6148088
34	OMEGA 2001 IMPORT-EXPORT	Kottbusser Damm 68 10967 BERLÍN	+4930/6945470
35	OZCAN GMBH EXPORT-IMPORT	Sanderstr. 6 12047 BERLÍN	+4930/6942214
36	OZCAN GMBH IMPORT-EXPORT	Sanderstr. 6 12047 BERLÍN	+4930/6942214
37	OZLEM EXPORT-IMPORT	Mariannenstr. 26 a 10999 BERLÍN	+4930/6112576
38	PRESTIGE IMPORT-EXPORT	Jagowstr. 15 13585 BERLÍN	+4930/3912571
39	S. DEMIRCAN IMPORT-EXPORT	Beusselstr. 73 10553 BERLÍN	+4930/3994156
40	SAN-PAK EXPORT-IMPORT	Behmstr. 46 13357 BERLÍN	+4930/4948738
41	SEDA SHOP EXPORT-IMPORT	Kaiser-Friedrich-Str. 50 10627 BERLÍN	+4930/3244507
42	SE-GI TEXTILVERTRIEBS GMBH	Kottbasser Damm 8 10967 BERLÍN	+4930/6936238
43	SE-KO WARENIMPORT GROSSHANDEL	Solmstr. 33 10961 BERLÍN	+4930/6927262
44	TASKENT HANDELS UND VERTRIEBSGESELLSCHAFT GMBH	Stralauer Allee 1 10245 BERLÍN	+4930/5894978

	Nombre de negocio	Dirección	Teléfono
45	TATLICI GMBH IMPORT-EXPORT	Kairesr-Friedrich-Str. 50 10527 BERLÍN	+4930/3244507
46	TINAZ WARENHANDELS GMBH	Brunnenstr. 79 13355 BERLÍN	+4930/4633531
47	TUNC TEXTILIEN	Oranienstr. 31 10999 BERLÍN	+4930/6146792
48	TURGUT IMPORT-EXPORT	Oranienstr. 203 10999 BERLÍN	+4930/6119791
49	UMUT EXPORT-IMPORT	Sanderstr. 10 12047 BERLÍN	+4930/6948985
50	YA-SA TEC EXPORT-IMPORT	Hermannstr. 229 12049 BERLÍN	+4930/6225888
51	YILMAZ GMBH IMPORT-EXPORT	Stettinerstr. 25 13357 BERLÍN	+4930/4935778
52	YOSTEC EXPORT-IMPORT	Kantstr. 98-99 10627 BERLÍN	+4930/3235257

Toda relación comercial que se pretenda iniciar con los distribuidores en Alemania debe considerar el trato directo con los propietarios o directores de los almacenes, puesto que la estructura empresarial es bastante conservadora, por no decir anticuada, obviándose medios modernos de marketing tales como internet. La mayoría de los contactos son gerentes que privilegian el trato telefónico y/o personal con los proveedores y clientes.



Mercado tradicional turco en Berlín, Alemania.

## 4.2 Insumos para la producción

Aparte de las posibilidades mencionadas en los puntos 4.1.1 y 4.1.2 para comercializar los productos Halal importados a Alemania desde Chile, existe otro potencial para las exportaciones chilenas que es el suministro de materias primas para la elaboración de un siguiente producto final.

La Oficina Federal del Consumidor<sup>18</sup> (*Federal Office of Consumer Protection and Food Safety - BVL*) ha realizado un estudio que concluye con una lista de los distintos productores (y sus respectivos contactos) que podrían ser eventuales compradores de materias primas. Todos estos productores ofrecen productos Halal que se ciñen a la norma Halal e importan materias primas provenientes de diversos países. Es aquí donde se presenta un gran potencial para los productores chilenos.

Grupos de producto	
Productos lácteos	Mermeladas
Quesos	<i>Pikante Brotaufstriche</i>
Grasas y aceites	Dulces
Productos de panadería	Productos para picar
Galletas y pastelería	Especies y mostaza
Cereales	Alimentos para bebé
Pastas y legumbres	Líquidos (Café, té, cacao)
Platos preparados	Productos congelados
Golosinas y salsas para postres	Productos orgánicos

A continuación se presenta una lista de empresas alemanas que son importadores de insumos para la industria de alimentos.

<sup>18</sup> <http://www.bvl.bund.de>

Listado de empresas:

Empresa	Dirección	Página web	Mail
1 Alba-Gewürze Gehring & Neuweiser GmbH und Co. KG	Sudbrackstr. 37a-43 33611 Bielefeld	<a href="http://www.alba-gewuerze.de">www.alba-gewuerze.de</a>	<a href="mailto:info@alba-gewuerze.de">info@alba-gewuerze.de</a>
2 Alfred Ritter GmbH & Co. KG	Postfach 1240 D-71008 Waldenbuch	<a href="http://www.ritter-sport.de">www.ritter-sport.de</a>	<a href="mailto:info@ritter-sport.de">info@ritter-sport.de</a>
3 Allgäuland-Käsereien GmbH	Ahegg 22 88239 Wangen im Allgäu	<a href="http://www.allgaeuland.de">www.allgaeuland.de</a>	<a href="mailto:info@allgaeuland.de">info@allgaeuland.de</a>
4 Andechser Molkerei Scheitz GmbH	Biomilchstraße 1 D-82346 Andechs/Oberbayern	<a href="http://www.andechser-natur.de">www.andechser-natur.de</a>	<a href="mailto:scheitz@andechser-molkerei.de">scheitz@andechser-molkerei.de</a>
5 Arche Naturprodukte GmbH	Liebigstraße 5a D-40721 Hilden	<a href="http://www.arche-naturprodukte.de">www.arche-naturprodukte.de</a>	<a href="mailto:arche@arche-naturkueche.de">arche@arche-naturkueche.de</a>
6 AURORA MÜHLEN GMBH	Trettaustr. 49 21107 Hamburg	<a href="http://www.aurora-mehl.de">www.aurora-mehl.de</a>	<a href="mailto:info@aurora-mehl.de">info@aurora-mehl.de</a>
7 Barnhouse Naturprodukte GmbH	Edisonstraße 3a 84453 Mühldorf am Inn	<a href="http://www.barnhouse.de">www.barnhouse.de</a>	<a href="mailto:verkauf@barnhouse.de">verkauf@barnhouse.de</a>
8 Bauck GmbH und Co. KG	Duheweitz 4 29571 Rosche	<a href="http://www.bauckhof.de">www.bauckhof.de</a>	<a href="mailto:info@bauckhof.de">info@bauckhof.de</a>
9 Bayernland eG	Platenstraße 31 90441 Nürnberg	<a href="http://www.bayernland.de">www.bayernland.de</a>	<a href="mailto:regine.kirchner@bayernland.de">regine.kirchner@bayernland.de</a>
10 Bergader Privatkäserei GmbH	Weixlerstraße 16 83329 Waging a. See	<a href="http://www.bergader.de">www.bergader.de</a>	<a href="mailto:info@bergader.de">info@bergader.de</a>
11 Birkel Teigwaren GmbH	Schüttelgrabenring 3b 71332 Waiblingen	<a href="http://www.birkel.de">www.birkel.de</a>	<a href="mailto:info@birkel.de">info@birkel.de</a>
12 Bofrost* Dienstleistungs GmbH & Co. KG	An der Oelmühle 6 D-47638 Straelen	<a href="http://www.bofrost.de">www.bofrost.de</a>	<a href="mailto:service@bofrost.de">service@bofrost.de</a>

	Empresa	Dirección	Página web	Mail
13	Bohlsener Mühle	Mühlenstrasse 1 29581 Bohlsen	<a href="http://www.bohlsener-muehle.de">www.bohlsener-muehle.de</a>	<a href="mailto:info@bohlsener-muehle.de">info@bohlsener-muehle.de</a>
14	Bonduelle Deutschland GmbH	Am Heilbrunnen 136/138 72766 Reutlingen	<a href="http://www.bonduelle.de">www.bonduelle.de</a>	<a href="mailto:info@bonduelle.de">info@bonduelle.de</a>
15	Brandt Zwieback-Schokoladen GmbH + Co. KG	Postfach 72 61 58123 Hagen	<a href="http://www.brandt-zwieback.de">www.brandt-zwieback.de</a>	<a href="mailto:marketing@brandt-gmbh.de">marketing@brandt-gmbh.de</a>
16	Burger Knäcke GmbH + Co. KG	Niegripper Chaussee 7 39288 Burg	<a href="http://www.burger-knaecke.de">www.burger-knaecke.de</a>	<a href="mailto:service@burgerknaecke.de">service@burgerknaecke.de</a>
17	DANONE GmbH	Richard-Reitzner-Allee 1 85540 Haar	<a href="http://www.danone.de">www.danone.de</a>	<a href="mailto:kontakt@danone.de">kontakt@danone.de</a>
18	Davert GmbH	Ascheberger Straße 2 48308 Senden	<a href="http://www.davert.de">www.davert.de</a>	<a href="mailto:info@davert.de">info@davert.de</a>
19	DICKMANN GmbH & Co. Kg	Paulinenweg 12 33790 Halle	<a href="http://www.dickmanns.de">www.dickmanns.de</a>	<a href="mailto:dickmanns@prd.storck.com">dickmanns@prd.storck.com</a>
20	DMK Deutsches Milchkontor GmbH	Flughafenallee 17 28199 Bremen	<a href="http://www.dmk.de/de/index.html">www.dmk.de/de/index.html</a>	<a href="mailto:info@dmk.de">info@dmk.de</a>
21	Düsseldorfer Löwensenf GmbH	Kieshecker Weg 240 40468 Düsseldorf	<a href="http://www.loewensenf.de">www.loewensenf.de</a>	<a href="mailto:info@loewensenf.de">info@loewensenf.de</a>
22	EHRMANN AG	OBERSCHÖNEGG IM ALLGÄU Hauptstraße 19 87770 Oberschönegg	<a href="http://www.ehrmann.de">www.ehrmann.de</a>	<a href="mailto:info@ehrmann.de">info@ehrmann.de</a>
23	Eismann Tiefkühl-Heimservice GmbH	Seibelstraße 36 D-40822 Mettmann	<a href="http://www.eismann.de">www.eismann.de</a>	<a href="mailto:service@eismann.de">service@eismann.de</a>
24	Fauser Vitaquellwerk KG (GmbH & Co.)	Pinneberger Chaussee 60 22523 Hamburg	<a href="http://www.vitaquell.de">www.vitaquell.de</a>	<a href="mailto:info@vitaquell.de">info@vitaquell.de</a>
25	Ferrero Deutschland GmbH	60624 Frankfurt am Main	<a href="http://www.ferrero.de">www.ferrero.de</a>	<a href="mailto:info@ferrero.de">info@ferrero.de</a>



	Empresa	Dirección	Página web	Mail
26	FrieslandCampina Germany GmbH	Wimpfener Straße 125 D-74078 Heilbronn	<a href="http://www.campina.de">www.campina.de</a>	<a href="mailto:presse@frieslandcampina.com">presse@frieslandcampina.com</a>
27	FRoSTA AG	Am Lunedeich 116 D- 27572 Bremerhaven	<a href="http://www.frosta.de">www.frosta.de</a>	<a href="mailto:info@frosta.de">info@frosta.de</a>
28	Gewürzmühle Brecht GmbH	Ottostraße 1 D-76344 Eggenstein	<a href="http://www.gewuerzmuehle-brecht.de">www.gewuerzmuehle-brecht.de</a>	<a href="mailto:info@gewuerzmuehle-brecht.de">info@gewuerzmuehle-brecht.de</a>
29	GRANOVITA GMBH	Alpenstr. 15 D-87751 Heimertingen / Allgäu	<a href="http://www.granovita.de">www.granovita.de</a>	<a href="mailto:info@granovita.de">info@granovita.de</a>
30	H. & J. BRÜGGEN KG	Gertrudenstr. 15 D-23568 Lübeck	<a href="http://www.brueggen.com">www.brueggen.com</a>	<a href="mailto:info@brueggen.com">info@brueggen.com</a>
31	Harry-Brot GmbH	Kiebitzweg 15-19 22869 Schenefeld	<a href="http://www.harry.de">www.harry.de</a>	<a href="mailto:info@harry.de">info@harry.de</a>
32	Haus Rabenhorst O. Lauffs GmbH & Co. KG	Scheurener Str. 4 53572 Unkel	<a href="http://www.3pauly.de">www.3pauly.de</a>	<a href="mailto:info@3pauly.de">info@3pauly.de</a>

Listado de Fabricantes:

	Empresa	Dirección	Página web	Mail
33	HOSTA - Werk für Schokolade-Spezialitäten GmbH & Co. KG	Greutstraße 9 74597 Stimpfach-Randenweiler	<a href="http://www.hosta-group.de">www.hosta-group.de</a>	<a href="mailto:sekretariat@hosta-group.com">sekretariat@hosta-group.com</a>
34	Kamps GmbH	Auf dem Mutzer 11 41366 Schwalmtal	<a href="http://www.kamps.de">www.kamps.de</a>	<a href="mailto:kundenservice@kamps.de">kundenservice@kamps.de</a>
35	Karwendel-Werke Huber GmbH & Co. KG	Karwendelstraße 6-16 D-86807 Buchloe	<a href="http://www.karwendel.de">www.karwendel.de</a>	<a href="mailto:info@exquisa.com">info@exquisa.com</a>
36	Kikkoman Trading Europe GmbH	Theodorstraße 293 40472 Düsseldorf	<a href="http://www.kikkoman.eu">www.kikkoman.eu</a>	<a href="mailto:info@kikkoman.eu">info@kikkoman.eu</a>
37	Kraft Foods Deutschland GmbH	Postfach 10 78 40 28078 Bremen	<a href="http://www.kraftfoods.de">www.kraftfoods.de</a>	<a href="mailto:verbraucherservice@krafteurope.com">verbraucherservice@krafteurope.com</a>
38	Kronenbrot KG Franz Mainz	Fronhofstraße 30 52146 Würselen	<a href="http://www.kronenbrot.de">www.kronenbrot.de</a>	<a href="mailto:info@kronenbrot.de">info@kronenbrot.de</a>
39	Kuchenmeister GmbH	Coesterweg 31 D-59494 Soest	<a href="http://www.kuchenmeister.de">www.kuchenmeister.de</a>	<a href="mailto:info@kuchenmeister.de">info@kuchenmeister.de</a>
40	Lebensbaum Ulrich Walter GmbH	Dr.-Jürgen-Ulderup-Strasse 12 49356 Diepholz	<a href="http://www.lebensbaum.de">www.lebensbaum.de</a>	<a href="mailto:info@lebensbaum.de">info@lebensbaum.de</a>
41	Ludwig Schokolade GmbH & Co. KG	Senfelderstraße 44 51469 Bergisch Gladbach	<a href="http://www.ludwig-schokolade.de">www.ludwig-schokolade.de</a>	<a href="mailto:info@ludwig-schokolade.de">info@ludwig-schokolade.de</a>
42	Ludwig Stocker Hopffisterei GmbH	Kreittmayrstraße 5 80335 München	<a href="http://www.hopffisterei.de">www.hopffisterei.de</a>	<a href="mailto:info@hopffisterei.de">info@hopffisterei.de</a>
43	Mang-Käsewerk GmbH & Co. KG	Untere Hauptstr. 2 D-87754 Kammlach	<a href="http://www.st-mang.de">www.st-mang.de</a>	<a href="mailto:info@st-mang.de">info@st-mang.de</a>
44	Meylip Nahrungsmittel GmbH & Co. KG	Altensenner Weg 68 32052 Herford	<a href="http://www.vandemoortele.de">www.vandemoortele.de</a>	<a href="mailto:info@vandemoortele.de">info@vandemoortele.de</a> <a href="mailto:guenter.albers@vandemoortele.com">guenter.albers@vandemoortele.com</a>

Empresa	Dirección	Página web	Mail
45 Milchwerke Berchtesgadener Land Chiemgau eG	Hockerfeld 5-8 D - 83451 Piding	<a href="http://www.molkerei-bgl.de">www.molkerei-bgl.de</a>	<a href="mailto:info@molkerei-bgl.de">info@molkerei-bgl.de</a>
46 Milupa GmbH	Bahnstraße 14-30 D-61381 Friedrichsdorf/Ts.	<a href="http://www.milupa.de/mil/">www.milupa.de/mil/</a>	<a href="mailto:Stefan.Stohl@danone.com">Stefan.Stohl@danone.com</a>
47 Molkerei Weihenstephan GmbH & Co. KG	Milchstraße 1 85354 Freising	<a href="http://www.molkerei-weihenstephan.de">www.molkerei-weihenstephan.de</a>	<a href="mailto:info@molkerei-weihenstephan.de">info@molkerei-weihenstephan.de</a>
48 Müller-Brot GmbH	Ludwig-Erhard-Straße 2 D-85375 Neufahrn	<a href="http://www.muellerbrot.de">www.muellerbrot.de</a>	<a href="mailto:info@mueller-brot.de">info@mueller-brot.de</a>
49 Müller's Mühle GmbH	Am Stadthafen 42 -50 D - 45881 Gelsenkirchen - Schalke	<a href="http://www.muellers-muehle.de">www.muellers-muehle.de</a>	<a href="mailto:info@muellers-muehle.de">info@muellers-muehle.de</a>
50 Münsterländische Margarine-Werke J. Lülf GmbH	Postfach 12 29 D-48714 Rosendahl	<a href="http://www.mmv-luelf.de">www.mmv-luelf.de</a>	<a href="mailto:info@mmv-luelf.de">info@mmv-luelf.de</a>
51 Nestlé Deutschland AG	Lyoner Strasse 23 D-60528 Frankfurt / Main	<a href="http://www.nestle.de">www.nestle.de</a>	<a href="mailto:verbraucherservice@de.nestle.com">verbraucherservice@de.nestle.com</a>
52 Peter Kölln KGaA	Westerstraße 22-24 D-25336 Elmshorn	<a href="http://www.koelln.de">www.koelln.de</a>	<a href="mailto:kontakt@koelln.de">kontakt@koelln.de</a>
53 RAGOLDS SWEET SALES GmbH	Ringstr. 5 D-19258 Boizenburg/E.	<a href="http://www.ragolds.de">www.ragolds.de</a>	<a href="mailto:info@ragolds.de">info@ragolds.de</a>
54 RAPUNZEL NATURKOST AG	Rapunzelstraße 1 D - 87764 Legau	<a href="http://www.rapunzel.de">www.rapunzel.de</a>	<a href="mailto:info@rapunzel.de">info@rapunzel.de</a>
55 RUF Lebensmittelwerk KG	Oldenburger Str. 1 D-49610 Quakenbrück	<a href="http://www.ruf-lebensmittel.de">www.ruf-lebensmittel.de</a>	<a href="mailto:info@ruf.eu">info@ruf.eu</a>
56 SCHNEEKOPPE GmbH & Co. KG	Müllerstr. 13 a 21244 Buchholz / Nordheide	<a href="http://www.schneekoppe.de">www.schneekoppe.de</a>	<a href="mailto:info@schneekoppe.de">info@schneekoppe.de</a>
57 SCHWARTAUER WERKE GmbH & Co. KGaA	Lübecker Straße 49-55 23611 Bad Schwartau	<a href="http://www.schwartauer-werke.de">www.schwartauer-werke.de</a>	<a href="mailto:info@schwartau.de">info@schwartau.de</a>

Empresa	Dirección	Página web	Mail
58 Stollwerck GmbH	Stollwerckstraße 27 - 31 51149 Köln Porz-Westhoven	<a href="http://www.stollwerck.de">www.stollwerck.de</a>	<a href="mailto:info@stollwerck.de">info@stollwerck.de</a>
59 Unilever Deutschland Holding GmbH	Strandkai 1 D-20457 Hamburg	<a href="http://www.unilever.de">www.unilever.de</a>	<a href="mailto:info@unilever.de">info@unilever.de</a>
60 VITAM Hefe-Produkt GmbH	Walter-von-Selve-Str. 2 31787 Hameln	<a href="http://www.vitam.de">www.vitam.de</a>	<a href="mailto:info@vitam.de">info@vitam.de</a>
61 VIVIL A. Müller GmbH & Co. KG	Moltkestr. 33 D-77654 Offenburg	<a href="http://www.vivil.de">www.vivil.de</a>	<a href="mailto:info@vivil.de">info@vivil.de</a>
62 WALTER RAU Lebensmittelwerke GmbH	Münsterstraße 9 - 11 49176 Hilter	<a href="http://www.walter-rau.de/rau/index.php">www.walter-rau.de/rau/index.php</a>	<a href="mailto:info@walter-rau.de">info@walter-rau.de</a>
63 WASA - Barilla Deutschland GmbH	Ettore-Bugatti-Str. 6-14 51149 Köln	<a href="http://www.wasa.com">www.wasa.com</a>	<a href="mailto:info-de@barilla.com">info-de@barilla.com</a>
64 Wurzener Nahrungsmittel GmbH	Am Mühlgraben 1 04808 Wurzen	<a href="http://www.wurzener.de">www.wurzener.de</a>	<a href="mailto:info@wurzener.de">info@wurzener.de</a>
65 Zentis GmbH & Co. KG	Jülicherstraße 177 D - 52070 Aachen	<a href="http://www.zentis.de/cms/">www.zentis.de/cms/</a>	<a href="mailto:info@zentis.de">info@zentis.de</a>
66 Zwergenwiese Naturkost GmbH	Langacker 1 D-24887 Silberstedt	<a href="http://www.zwergenwiese.de">www.zwergenwiese.de</a>	<a href="mailto:info@zwergenwiese.de">info@zwergenwiese.de</a>



### **4.3 Etiquetado para productos de exportación en Alemania**

En Alemania existen ciertas exigencias a considerar para realizar un correcto etiquetado aplicable para todos los productos alimenticios Halal, ajustados a la normativa local. Al consumidor alemán no le es posible reconocer solo por su etiqueta si un producto es o no es Halal en caso de que no cuente con un certificado que lo acompañe. En los productos para el mercado alemán se debe considerar incorporar en la etiqueta:

- Nombre del producto (ya sea aceite de oliva o chocolate con leche).
- Peso o cantidad (ya sean unidades, volumen o peso).
- Fecha de vencimiento (fecha hasta la cual el producto conserva todas sus propiedades alimenticias).
- Fecha de consumo (fecha hasta la cual el producto puede ser consumido sin riesgo).
- Datos del productor (nombre y dirección del productor, empacador y/o importador).
- Lista de ingredientes (todos los ingredientes considerados en la fabricación del producto, incluidos los aromas y las esencias y en orden descendente según sus proporciones).
- Sello Halal otorgado por una Institución Certificadora competente.



## 5. Dificultades previsibles para las importaciones de productos Halal provenientes desde Chile en el mercado alemán

Alemania en general, pero especialmente la gran región de Berlín, cuenta con un gran potencial de consumidores de productos Halal chilenos gracias a su numerosa población musulmana. La confianza de los consumidores está ciegamente depositada en el mercado minorista, el cual es el principal proveedor de este tipo de productos, y casi todos los importadores mayoristas traen sus productos desde países musulmanes de las regiones de África del Norte, Medio Oriente y Asia central.

Se observa una falta de estandarización en las certificaciones Halal: no existe una confianza establecida en los certificados emitidos en terceros países sin tradición musulmana.

La integración en Alemania implica cambios en las costumbres de consumo: de acuerdo a los resultados de entrevistas realizadas a adultos de origen turco<sup>19</sup> y considerando las tendencias de otros estudios, se puede deducir sin ninguna duda que la población musulmana se divide en dos grandes grupos:

- 1) por un lado la población joven que es parte de la segunda o tercera generación de inmigrantes que viven en Berlín, quienes se han adaptado a las costumbres alimenticias de Alemania y entre quienes no se aprecia una diferencia importante en la elección de los productos. Es decir, gran parte del consumo de alimentos no está determinado por su condición Halal.
- 2) Luego está el segundo tipo de población musulmana – gente ya mayor con costumbres religiosas enraizadas en sus países de origen y quienes dan una gran importancia a una alimentación conforme a lo Halal, porque está estrechamente relacionado con la religión que practican.

Sin embargo, existe un tercer grupo que correspondería a los inmigrantes musulmanes recién llegados a Alemania, quienes pueden integrar cualquiera de los dos grupos ya mencionados. De la entrevista con Deniz Keskin y de conversaciones con musulmanes recién llegados a Alemania se puede entender claramente que el grado de religiosidad incide decididamente en las costumbres alimenticias. Los inmigrantes más jóvenes que llegan desde los grandes centros urbanos de Turquía, tales como Estambul, Izmir y otros, se muestran en general más receptivos a las nuevas formas de alimentación; en cambio, se presenta un segmento distinto de personas que se abocan más a la religión y se concentran en sus tradiciones: éstos últimos son los grandes consumidores de productos Halal en Europa. Lo que aún falta por determinar es saber qué porcentaje de los nuevos inmigrantes son fieles a sus costumbres religiosas, y en consecuencia, fieles a los productos Halal.

---

<sup>19</sup> Resultados de las entrevistas con: Deniz Keskin, Mehmed Celik, Dilek Gökdal y Billur Maskun.

¿Qué significan estos tipos de musulmanes en Alemania para las exportaciones chilenas de productos Halal? Dado que los jóvenes están más integrados a la sociedad alemana, aceptarían con mayor facilidad cualquier tipo de novedad, no así el grupo de gente mayor ya que son especialmente dogmáticos en la alimentación y no aceptan de buenas a primeras las novedades que se les presentan. La inexistencia de productos Halal chilenos en el mercado alemán exige crear un diálogo con la población musulmana residente para atraerlos de forma exitosa.



## 6. Recomendaciones para PYMES

### 6.1 Publicidad

Halal no es solamente un certificado, sino que es un concepto que dirige la conducta de consumo (de alimentos, productos de uso personal, forma de vestir, de comportamiento, etc.) conforme a la religión musulmana, basado en la firme creencia de este grupo de consumidores a que consumir Halal es vivir sus tradiciones y sus costumbres islámicas. Debido a esta situación, la certificación de productos Halal va más allá de aceptar ciertos requisitos en los procesos de producción. Como explica el director del Centro Islámico de Hamburgo, existe una estrecha relación entre la confianza en la certificación de productos Halal y el manejo y aceptación de las normas religiosas musulmanas de quienes se encargan de la producción de alimentos Halal. En comparación con otros productos de exportación más tradicionales se debe considerar la aceptación de estas reglas como un factor importante, ya que incide directamente en el éxito de la empresa.

#### 6.1.1 Campañas de publicidad

Puesto que Chile aún no forma parte de los países exportadores de productos Halal al mercado alemán, y menos forma parte de los países con comunidades musulmanas numerosas, es aconsejable una campaña de publicidad que facilite la presentación de los productos Halal importados desde Chile a los centros de consumo en Alemania. Esta campaña publicitaria debería considerar la presencia de un musulmán chileno para que manifieste las bondades de los productos Halal a la comunidad musulmana de Alemania, considerando con esta estrategia la llegada con su mensaje a los consumidores, vendedores minoristas y distribuidores mayoristas para grandes volúmenes. Si bien este proceso demanda mayor tiempo es la estrategia que mejor permanece en los consumidores, haciéndole un espacio a los productos Halal chilenos no sólo en el mercado alemán, sino que en la aceptación del consumidor musulmán de estos productos.

La campaña de publicidad propuesta se suma a otras medidas, también aconsejadas en los otros puntos de este capítulo.

### 6.1.2 Presencia en Medios

Se debe considerar publicitar las bondades de los productos Halal chilenos en medios acordes a los distintos tipos de productos, como por ejemplo, anunciar en revistas especializadas.

BIO & HALAL MAGAZIN	
<b>Peter Ziegler (ViSdP)</b> Balttext Publishing Hochstr. 59 CH-4053 Basel	Fon: +41-61-9030000 +49-30-24048974 MOBIL: +49-179-9678018 <a href="mailto:redaktion@balttext.eu">redaktion@balttext.eu</a> <a href="mailto:wilms@unternehmen.com">wilms@unternehmen.com</a>
<b>Editorial</b> IZ Medien GmbH Beilsteinerstr. 121 12681 Berlín	

Al mismo tiempo los empresarios chilenos podrían poner en marcha una página web que apoye las distintas campañas de publicidad que se lleven a cabo para ganar la confianza de los consumidores musulmanes en Alemania mostrando a Chile como un exportador serio de productos Halal. Esta página web se pondría online con la cooperación de Halal Control y el Instituto Islámico de Viena cuyos contactos son:

HALAL CONTROL E.K. (EU)	
<b>Prüf- und Zertifizierungsstelle für Halal-Lebensmittel</b> Verbraucherauskunft Kobaltstr. 2-4 D-65428 Rüsselsheim	Fon.: +49 6142 1712 83 Fax.: +49 6142 1712 84 e-mail: <a href="mailto:info@Halal.de">info@Halal.de</a>

ISLAMOLOGISCHES INSTITUT E.V.	
Halal de Verbraucherauskunft Sekretariat Furhmannsgasse 12/2 A-1080 Wien	e-mail: <a href="mailto:sekretariat@islamologie.info">sekretariat@islamologie.info</a>

### 6.2 Misión tecnológica

El comercio internacional ha dejado como experiencia que para introducir productos en un nuevo mercado es indispensable hacer un viaje de negocios para interiorizarse del funcionamiento del mercado local. Este contacto directo facilita un gran y rápido conocimiento de la realidad comercial a la cual se desea acceder. Como ya se mencionó en el punto 6.1, puesto que el reconocimiento de los productos Halal chilenos en Alemania es nulo, se ve como inevitable un viaje de este tipo para así aumentar las posibilidades de éxito en este nuevo mercado, para lo cual se aconseja una Misión tecnológica Halal de 7 días en Alemania.

Programa Sugerido	
<b>Día 1</b>	Reuniones con 4 importadores de productos Halal en la región de Berlín
<b>Día 2</b>	Reuniones con el Centro Islámico de Hamburgo y el EHZ (Instituto Europeo de Certificación Halal) en Hamburgo
<b>Día 3</b>	Reuniones con Halal-Control de Rüsselsheim y el Centro islámico de Aachen
<b>Día 4</b>	Reuniones con 4 importadores de productos Halal en la región de Berlín
<b>Día 5</b>	Reuniones con los departamentos de compras de EDEKA y REWE
<b>Día 6</b>	Participación en una feria, por ejemplo Fruit Logistica (véase 6.5)
<b>Día 7</b>	Participación en la Fruit Logistica

Número de participantes chilenos:

PYMES: máx. 10 representantes

Instituciones de Certificación: máx. 2 personas

Teólogo islámico reputado: 1 persona

En un viaje de negocios cuyo objetivo sea apreciar la realidad de productos Halal en Alemania es aconsejable incorporar a un teólogo islámico reconocido como parte de la delegación, ya que así aumenta la confianza en la certificación. Una de las posibilidades sería invitar a alguno de los integrantes permanentes del Centro Islámico de Chile (contacto Sr. Kamal Sufan, [halal@islamenchile.cl](mailto:halal@islamenchile.cl))

### **6.3 Ferias – Creación de un consorcio para la participación en ferias**

Alemania es un país de "Ferias", ya que son numerosas las que se realizan en toda la República Federal a lo largo del año y sobre distintos tipos de productos y temáticas. Las ferias son el sitio ideal para que los empresarios se presenten y logren introducir un producto a un nuevo mercado, ya que en corto lapso de tiempo se pueden hacer contactos con numerosos clientes potenciales, al mismo tiempo que se adquiere una dimensión más exacta del volumen de negocios que se realiza en el mercado que se desea acceder.

Por ejemplo en la última ANUGA<sup>20</sup> en Colonia, en donde la presencia de productos Halal tuvo un importante aumento entre los expositores, Peter Grothues, responsable para las ferias de alimentos de Colonia comentó a la revista "International Supermarkets News"<sup>21</sup> del aumento a 800 de los expositores de productos Halal, la mayoría del extranjero y en parte exportadores de años al mercado alemán.

<sup>20</sup> <http://www.anuga.com>

<sup>21</sup> <http://www.internationalsupermarketnews.com>

A continuación se detalla una lista de ferias que se realizan en Alemania en donde los productores chilenos pueden presentar sus productos Halal y establecer y ampliar una red de contactos que facilite los negocios, ya sea para Alemania o Europa, ya que son muchos los compradores extranjeros que se acercan a estos eventos en la busca de nuevos y serios proveedores:

EXPOPHARM	
Feria Internacional de Farmacia	
Lugar	Fecha
<b>Munich, Alemania</b> <b>Neue Messe</b>	10.10.2012 - 13.10.2012
Organizador	Equipo del proyecto
<b>Werbe- und Vertriebsgesellschaft</b> <b>Deutscher Apotheker mbH</b> <b>Carl-Mannich-Straße 26</b> <b>65760 Eschborn</b> <b>Fon: +49-6196-928410 · Fax: +49-6196-928404</b> <a href="mailto:expopharm@wuv.aponet.de">expopharm@wuv.aponet.de</a> <a href="http://www.expopharm.de">www.expopharm.de</a>	Fon: 06196-928410 Fax: 06196-928404 <a href="mailto:expopharm@wuv.aponet.de">expopharm@wuv.aponet.de</a> <a href="http://www.expopharm.de">www.expopharm.de</a>

Sector principal: Técnicas médicas, salud, farmacia.

Segmento de la oferta: artículos farmacéuticos, suministros para farmacias, construcción de tiendas, software, prestación de servicios, asesorías, cosmética, alimentación, higiene.

Precio de alquiler del stand 2011: cubierta (stand adosado) EUR 140,00/m<sup>2</sup>

ANUGA FOODTEC	
International Trade Fair for Food and Drink Technology	
Lugar	Fecha
<b>Colonia, Alemania</b> <b>Messegelände</b>	27.03.2012 - 30.03.2012
Organizador	Equipo del proyecto
<b>Koelnmesse GmbH</b> <b>Messeplatz 1</b> <b>50679 Colonia</b> <b>Fon: +49-221-821-0 · Fax: +49-221-821-2574</b> <a href="mailto:info@koelnmesse.de">info@koelnmesse.de</a> <a href="http://www.koelnmesse.de">www.koelnmesse.de</a>	Fon: 0221-821-2164 Fax: 0221-821-3414 <a href="mailto:n.pausch@koelnmesse.de">n.pausch@koelnmesse.de</a> <a href="http://www.anugafoodtec.de">www.anugafoodtec.de</a>
Organizador	Equipo del proyecto
<b>DLG e.V.</b> <b>Eschborner Landstraße 122</b> <b>60489 Francfort del Meno</b> <b>Fon: +49-69-24788-0 · Fax: +49-69-24788-110</b> <a href="mailto:info@DLG.org">info@DLG.org</a> <a href="http://www.dlg.org">www.dlg.org</a>	Fon: 069-24788-315 Fax: 069-24788-114

Sector principal: Maquinaria para la alimentación y el envase.

Segmento de la oferta: maquinaria para la preparación de la carne, preparación de verduras y hortalizas, tratamientos para la fruta, productos lácteos, estimulantes, sustancias aromáticas, especias, técnicas de envase y embalaje, automatización, instalaciones para el procesamiento de datos, ingeniería de regulación y comando, controles de calidad, aseguramiento de calidad, técnicas de análisis, técnicas de laboratorio, aparatos de medición, tecnología del medio ambiente, biotecnología, protección del medio ambiente, protección laboral, protección contra incendios, técnica de la energía, hidrotecnia, piezas de construcción, ingeniería de superficies, técnicas del frío, ingeniería del aire acondicionado, técnicas transportadoras, logística, tratamiento de bebidas y de la leche.

Precio de alquiler del stand 2009: cubierta (stand adosado) EUR 180,00/m<sup>2</sup>

ANUGA	
The leading trade fair for the global food industry	
Lugar	Fecha
<b>Colonia, Alemania</b> <b>Messegelände</b>	08.10.2011 - 12.10.2011
Organizador	Equipo del proyecto
<b>Koelnmesse GmbH</b> <b>Messeplatz 1</b> <b>50679 Colonia</b> <b>Fon: +49-221-821-0 · Fax: +49-221-821-2574</b> <a href="mailto:info@koelnmesse.de">info@koelnmesse.de</a> <a href="http://www.koelnmesse.de">www.koelnmesse.de</a>	Fon: 0221-821-2214 Fax: 0221-821-3410 <a href="mailto:anuga@koelnmesse.de">anuga@koelnmesse.de</a> <a href="http://www.anuga.com">www.anuga.com</a> <a href="http://www.anuga.de">www.anuga.de</a>
Organizador	Equipo del proyecto
<b>Bundesverband des Deutschen</b> <b>Lebensmittelhandels e.V. (BVL)</b> <b>Am Weidendamm 1A</b> <b>10117 Berlín</b> <b>Fon: +49-30-726250-80 · Fax: +49-30-726250-85</b> <a href="mailto:bvl@einzelhandel.de">bvl@einzelhandel.de</a>	Fon: 069-24788-315 Fax: 069-24788-114

Sector principal: Sector de la alimentación (productos alimenticios y estimulantes), gastronomía, instalaciones para tiendas

Segmento de la oferta: productos alimenticios, comestibles finos, bebidas, aves, productos lácteos, pesca, alimentos congelados, artículos de carnicería, artículos de panadería y pastelería, pastelería fina, confitería, frutas, verduras, helados, equipos para grandes cocinas, aparatos de grill, catering, franchising.

Precio de alquiler del stand: Cubierta (stand adosado) EUR 204,00/m<sup>2</sup>

<b>CONSUMENTA Nürnberg</b> Consumer & Sales Exhibition, Lifestyle with international Trade Fair 'Ideas - Inventions - New Products'	
<b>Lugar</b>	<b>Fecha</b>
<b>Nuremberg, Alemania</b> <b>Messezentrum</b>	27.10.2012 - 04.11.2012
<b>Organizador</b>	<b>Equipo del proyecto</b>
<b>AFAG Messen und Ausstellungen GmbH</b> <b>Messezentrum 1</b> <b>90471 Nuremberg</b> <b>Fon: +49-911-98833-0 · Fax: +49-911-98833-500</b> <a href="mailto:info@afag.de">info@afag.de</a> <a href="http://www.afag.de">www.afag.de</a>	Fon: 0911-98833-550 Fax: 0911-98833-559 <a href="mailto:consumenta@afag.de">consumenta@afag.de</a> <a href="mailto:pferd@afag.de">pferd@afag.de</a> <a href="mailto:iena@afag.de">iena@afag.de</a> <a href="http://www.consumenta.de">www.consumenta.de</a> <a href="http://www.faszination-pferd.de">www.faszination-pferd.de</a> <a href="http://www.iena.de">www.iena.de</a>

Sector principal: Exposiciones para el consumidor, Tecnologías, inventos, innovaciones.

Segmento de la oferta: construcción, vivienda, requisitos para la artesanía, economía doméstica, alimentación, innovaciones, inventos, técnicas de la información, técnicas de comunicaciones, electrónica, tecnología del medio ambiente, investigación y desarrollo.

Precio de alquiler del stand 2011: cubierta (stand adosado) EUR 120,00/m<sup>2</sup>

<b>ZIMT &amp; STERNE</b> Backen, Naschen und Dekorieren	
<b>Lugar</b>	<b>Fecha</b>
<b>Munster, Alemania</b> <b>Messe und Congress Centrum Halle Münsterland</b>	noviembre 2012
<b>Organizador</b>	<b>Equipo del proyecto</b>
<b>Messe und Congress Centrum</b> <b>Halle Münsterland GmbH</b> <b>Albersloher Weg 32</b> <b>48155 Munster</b> <b>Fon: +49-251-6600-0 · Fax: +49-251-6600-121</b> <a href="mailto:info@halle-muensterland.de">info@halle-muensterland.de</a> <a href="http://www.halle-muensterland.de">www.halle-muensterland.de</a>	Equipo del proyecto Fon: 0251-6600-467 Fax: 0251-6600-469 <a href="mailto:bouillon@halle-muensterland.de">bouillon@halle-muensterland.de</a> <a href="mailto:goetze@halle-muensterland.de">goetze@halle-muensterland.de</a> <a href="http://www.zimtundsterne.de">www.zimtundsterne.de</a>

Sector principal: Sector de la alimentación (productos alimenticios y estimulantes).

Segmento de la oferta: artículos de panadería y pastelería, dulces, equipamiento de confitería y pastelería, confitería, instalaciones para café, decoraciones, materiales de bricolaje, artículos de navidad.

Precio de alquiler del stand 2011: cubierta (stand adosado) EUR 69,00/m<sup>2</sup>, recinto al aire libre EUR 69,00/m<sup>2</sup>

SLOWFISCH Die Messe für bewusste Genießer	
<b>Lugar</b>	<b>Fecha</b>
<b>Bremen, Alemania</b> <b>Messe Bremen</b>	04.11.2011 - 06.11.2011
<b>Organizador</b>	<b>Equipo del proyecto</b>
<b>WFB Wirtschaftsförderung Bremen GmbH</b> <b>Geschäftsbereich Messe</b> <b>Findorffstraße 101</b> <b>28215 Bremen</b> <b>Fon: +49-421-3505-0 · Fax: +49-421-3505-340</b> <a href="mailto:info@messe-bremen.de">info@messe-bremen.de</a> <a href="http://www.messe-bremen.de">www.messe-bremen.de</a>	Fon: 0421-3505-260 Fax: 0421-3505-681 <a href="mailto:info@slowfisch-bremen.de">info@slowfisch-bremen.de</a> <a href="http://www.slowfisch-bremen.de">www.slowfisch-bremen.de</a>

Sector principal: Sector de la alimentación (productos alimenticios y estimulantes), agricultura, silvicultura, jardinería, pesca industrial, vitivinicultura, cría de animales

Segmento de la oferta: pesca, mariscos, bebidas, productos lácteos, vino, productos alimenticios, productos alimenticios.

Precio de alquiler del stand: Cubierta (stand adosado) EUR 73,00/m<sup>2</sup>

PLAZA CULINARIA Culinary Event and Consumer Goods Exhibition	
<b>Lugar</b>	<b>Fecha</b>
<b>Freiburg, Alemania</b> <b>Messegelände</b>	04.11.2011 - 06.11.2011
<b>Organizador</b>	<b>Equipo del proyecto</b>
<b>Freiburg Wirtschaft Touristik und</b> <b>Messe GmbH &amp; Co. KG</b> <b>Europaplatz 1</b> <b>79108 Friburgo</b> <b>Fon: +49-761-3881-02 · Fax: +49-761-3881-3006</b> <a href="mailto:info@messe.freiburg.de">info@messe.freiburg.de</a> <a href="http://www.messe.freiburg.de">www.messe.freiburg.de</a>	Equipo del proyecto Fon: 0761-7037-300 Fax: 0761-7098-85 <a href="mailto:info@plaza-culinaria.de">info@plaza-culinaria.de</a> <a href="http://www.plaza-culinaria.de">www.plaza-culinaria.de</a>

Sector principal: Sector de la alimentación (productos alimenticios y estimulantes).

Segmento de la oferta: productos alimenticios, estimulantes, bebidas.

Precio de alquiler del stand: Cubierta (stand adosado) EUR 70,00 - 80,00/m<sup>2</sup>

**HAIR & STYLE MANAGEMENT**

Feria especializada de equipamiento para peluquerías, cosmética, diseño de uñas, gestión de salones, moda. Incluye concurso

Lugar	Fecha
<b>Stuttgart, Alemania</b> <b>Neue Messe Stuttgart</b>	27.11.2011 - 28.11.2011
Organizador	Equipo del proyecto
<b>Landesmesse Stuttgart GmbH</b> <b>Messepiazza 1</b> <b>70629 Stuttgart</b> <b>Fon: +49-711-18560-0 · Fax: +49-711-18560-2440</b> <a href="mailto:info@messe-stuttgart.de">info@messe-stuttgart.de</a> <a href="http://www.messe-stuttgart.de">www.messe-stuttgart.de</a>	Fon: 0711-18560-2686 Fax: 0711-18560-2497 <a href="mailto:helga.braun@messe-stuttgart.de">helga.braun@messe-stuttgart.de</a> <a href="http://www.messe-stuttgart.de/hair">www.messe-stuttgart.de/hair</a>

Sector principal: Cuidado corporal (también para niños), cosmética.

Segmento de la oferta: artículos para peluquería, cosmética, pedicura.

Precio de alquiler del stand: Cubierta (stand adosado) EUR 109,00/m<sup>2</sup>

**INTERNATIONALE GRÜNE WOCHE BERLÍN**

Semana Verde Internacional de Berlín

Feria Internacional de la industria alimentaria, agricultura, horticultura y jardinería

Lugar	Fecha
<b>Berlín, Alemania</b> <b>Messegelände</b>	20.01.2012 - 29.01.2012
Organizador	Equipo del proyecto
<b>Messe Berlín GmbH</b> <b>Messedamm 22</b> <b>14055 Berlín</b> <b>Fon: +49-30-3038-0 · Fax: +49-30-3038-2325</b> <a href="mailto:central@messe-Berlin.de">central@messe-Berlin.de</a> <a href="http://www.messe-Berlin.de">www.messe-Berlin.de</a>	Fon: 030-3038-2027 Fax: 030-3038-2019 <a href="mailto:igw@messe-Berlin.de">igw@messe-Berlin.de</a> <a href="http://www.gruenewoche.de">www.gruenewoche.de</a>

Sector principal: Sector de la alimentación (productos alimenticios y estimulantes) Agricultura, silvicultura, jardinería, pesca industrial, vitivinicultura, cría de animales.

Segmento de la oferta: productos alimenticios, bebidas, cerveza, vino, vino espumoso, bebidas alcohólicas, artículos de carnicería, embutidos, pesca, agricultura, animales, artículos de jardín, accesorios para el jardín, ingeniería de jardines, máquinas agrícolas, aparatos de cocina, artículos domésticos.

Precio de alquiler del stand 2011: cubierta (stand adosado) EUR 123,00 - 151,00/m<sup>2</sup>



PROSWEETS COLOGNE	
The international supplier fair for the confectionery industry	
Lugar	Fecha
<b>Colonia, Alemania</b> <b>Messegelände</b>	29.01.2012 - 01.02.2012
Organizador	Equipo del proyecto
<b>Koelnmesse GmbH</b> <b>Messeplatz 1</b> <b>50679 Colonia</b> <b>Fon: +49-221-821-0 · Fax: +49-221-821-2574</b> <a href="mailto:info@koelnmesse.de">info@koelnmesse.de</a> <a href="http://www.koelnmesse.de">www.koelnmesse.de</a>	Fon: 0221-821-2805 Fax: 0221-821-3997 <a href="mailto:prosweets-cologne@koelnmesse.de">prosweets-cologne@koelnmesse.de</a> <a href="http://www.prosweets-cologne.de">www.prosweets-cologne.de</a>

Sector principal: Sector de la alimentación (productos alimenticios y estimulantes) Maquinaria para la alimentación y el envase.

Segmento de la oferta: materias primas, maquinaria para dulces, máquinas de envase y embalaje, prestación de servicios, ingeniería del aire acondicionado, técnicas del frío, material de envase y embalaje, automatización, evacuación, aseguramiento de calidad, ingeniería de regulación y comando.

Precio de alquiler del stand 2010: cubierta (stand adosado) EUR 185,00/m<sup>2</sup>

ISM	
International Sweets and Biscuits Fair	
Lugar	Fecha
<b>Colonia, Alemania</b> <b>Messegelände</b>	29.01.2012 - 01.02.2012
Organizador	Equipo del proyecto
<b>Koelnmesse GmbH</b> <b>Messeplatz 1</b> <b>50679 Colonia</b> <b>Fon: +49-221-821-0 · Fax: +49-221-821-2574</b> <a href="mailto:info@koelnmesse.de">info@koelnmesse.de</a> <a href="http://www.koelnmesse.de">www.koelnmesse.de</a>	Fon: 0221-821-3899 Fax: 0221-821-3340 <a href="mailto:ism@koelnmesse.de">ism@koelnmesse.de</a> <a href="http://www.ism-cologne.de">www.ism-cologne.de</a>

Sector principal: Sector de la alimentación (productos alimenticios y estimulantes).

Segmento de la oferta: Dulces, chocolate, productos de chocolate, artículos de panadería y pastelería, caramelos, galletitas saladas, helados, pastas crudas para dulces.

Precio de alquiler del stand 2011: cubierta (stand adosado) EUR 157,00/m<sup>2</sup>

FRUIT LOGISTICA	
Feria Internacional para el Marketing de Frutas y Hortalizas	
Lugar	Fecha
<b>Berlín, Alemania</b>	08.02.2012 - 10.02.2012
<b>Messegelände</b>	06.02.2013 - 08.02.2013
Organizador	Equipo del proyecto
<b>Messe Berlín GmbH</b>	Fon: 030-3038-2045
<b>Messedamm 22</b>	Fax: 030-3038-2020
<b>14055 Berlín</b>	<a href="mailto:fruitlogistica@messe-Berlin.de">fruitlogistica@messe-Berlin.de</a>
<b>Fon: +49-30-3038-0 · Fax: +49-30-3038-2325</b>	<a href="http://www.fruitlogistica.de">www.fruitlogistica.de</a>
<a href="mailto:central@messe-Berlin.de">central@messe-Berlin.de</a>	
<a href="http://www.messe-Berlin.de">www.messe-Berlin.de</a>	

Sector principal: Sector de la alimentación (productos alimenticios y estimulantes), Maquinaria para la alimentación y el envase, Transporte y tráfico.

Segmento de la oferta: frutas, verduras, frutos secos, nueces, productos ecológicos, técnicas de envase y embalaje, transporte, técnicas de almacenado, software, prestación de servicios, presentación de productos, logística.

Precio de alquiler del stand: Cubierta (stand adosado) EUR 186,00/m<sup>2</sup>

FRESHCONEX	
Feria internacional para productos de alimentación	
Lugar	Fecha
<b>Berlín, Alemania</b>	08.02.2012 - 10.02.2012
<b>Messegelände</b>	06.02.2013 - 08.02.2013
Organizador	Equipo del proyecto
<b>Messe Berlín GmbH</b>	Fon: 030-3038-2318
<b>Messedamm 22</b>	Fax: 030-3038-2063
<b>14055 Berlín</b>	<a href="mailto:freshconex@messe-Berlin.de">freshconex@messe-Berlin.de</a>
<b>Fon: +49-30-3038-0 · Fax: +49-30-3038-2325</b>	<a href="http://www.freshconex.de">www.freshconex.de</a>
<a href="mailto:central@messe-Berlin.de">central@messe-Berlin.de</a>	
<a href="http://www.messe-Berlin.de">www.messe-Berlin.de</a>	

Sector principal: Sector de la alimentación (productos alimenticios y estimulantes), Maquinaria para la alimentación y el envase, Gastronomía, instalaciones para tiendas.

Segmento de la oferta: catering, distribución, alimentación, etiquetas, máquinas etiquetadoras, zumos, verduras, cultivo de verduras y hortalizas, preparación de verduras y hortalizas, comercio, productos agrícolas, productos alimenticios, productos alimenticios, maquinaria para productos alimenticios, técnica alimentaria, máquinas de envase y embalaje, material de envase y embalaje, técnicas de envase y embalaje, gastronomía, frutas, fruticultura, tratamientos para la fruta, , instalaciones para tiendas, máquinas clasificadoras.

Precio de alquiler del stand: Cubierta (stand adosado) EUR 186,00/m<sup>2</sup>

COTECA	
International trade show for the coffee, tea and cocoa business	
Lugar	Fecha
<b>Hamburgo, Alemania</b> <b>Messegelände</b>	20.09.2012 - 22.09.2012
Organizador	Equipo del proyecto
<b>Hamburg Messe und Congress GmbH</b> <b>Messeplatz 1</b> <b>20357 Hamburgo</b> <b>Fon: +49-40-3569-0 · Fax: +49-40-3569-2203</b> <a href="mailto:info@hamburg-messe.com">info@hamburg-messe.com</a> <a href="http://www.hamburg-messe.com">www.hamburg-messe.com</a>	Fon: 040-3569-2434 Fax: 040-3569-2771 <a href="mailto:claudia.jeske@hamburg-messe.de">claudia.jeske@hamburg-messe.de</a> <a href="http://www.coteca-hamburg.de">www.coteca-hamburg.de</a>

Sector principal: Sector de la alimentación (productos alimenticios y estimulantes) Gastronomía, instalaciones para tiendas, Maquinaria para la alimentación y el envase.

Segmento de la oferta: bebidas, café, té, gastronomía, instalaciones para tiendas, maquinaria para productos alimenticios, máquinas de envase y embalaje, prestación de servicios.

Precio de alquiler del stand 2010: cubierta (stand adosado) EUR 220,00/m<sup>2</sup>

INTERCOOL	
Feria Monográfica Internacional Alimentos Ultracongelados, Helados, Frío Industrial	
Lugar	Fecha
<b>Düsseldorf, Alemania</b> <b>Messegelände</b>	23.09.2012 - 26.09.2012
Organizador	Equipo del proyecto
<b>Messe Düsseldorf GmbH</b> <b>Messeplatz</b> <b>40474 Düsseldorf</b> <b>Fon: +49-211-4560-01 · Fax: +49-211-4560-668</b> <a href="mailto:info@messe-duesseldorf.de">info@messe-duesseldorf.de</a> <a href="http://www.messe-duesseldorf.de">www.messe-duesseldorf.de</a>	Fon: 0211-4560-900 Fax: 0211-4560-668 <a href="mailto:info@messe-duesseldorf.de">info@messe-duesseldorf.de</a> <a href="http://www.intercool.de">www.intercool.de</a>

Sector principal: Sector de la alimentación (productos alimenticios y estimulantes), Maquinaria para la alimentación y el envase.

Segmento de la oferta: alimentos congelados, helados, técnicas del frío, distribución, logística, equipamiento.

Precio de alquiler del stand 2010: cubierta (stand adosado) EUR 150,00/m<sup>2</sup>, recinto al aire libre EUR 78,00/m<sup>2</sup>

INTERMEAT	
Feria Monográfica Internacional Cárnicos, Fiambres y Embutidos	
Lugar	Fecha
<b>Düsseldorf, Alemania</b> <b>Messegelände</b>	23.09.2012 - 26.09.2012
Organizador	Equipo del proyecto
<b>Messe Düsseldorf GmbH</b> <b>Messeplatz</b> <b>40474 Düsseldorf</b> <b>Fon: +49-211-4560-01 · Fax: +49-211-4560-668</b> <a href="mailto:info@messe-duesseldorf.de">info@messe-duesseldorf.de</a> <a href="http://www.messe-duesseldorf.de">www.messe-duesseldorf.de</a>	Fon: 0211-4560-900 Fax: 0211-4560-668 <a href="mailto:info@messe-duesseldorf.de">info@messe-duesseldorf.de</a> <a href="http://www.intermeat.de">www.intermeat.de</a>

Sector principal: Sector de la alimentación (productos alimenticios y estimulantes).

Segmento de la oferta: artículos de carnicería, embutidos, especias, comestibles finos, platos precocinados, manjares, equipamiento.

Precio de alquiler del stand 2010: cubierta (stand adosado) EUR 150,00/m<sup>2</sup>, recinto al aire libre EUR 78,00/m<sup>2</sup>

INTERMOPRO	
Feria Internacional Productos Lácteos	
Lugar	Fecha
<b>Düsseldorf, Alemania</b> <b>Messegelände</b>	23.09.2012 - 26.09.2012
Organizador	Equipo del proyecto
<b>Messe Düsseldorf GmbH</b> <b>Messeplatz</b> <b>40474 Düsseldorf</b> <b>Fon: +49-211-4560-01 · Fax: +49-211-4560-668</b> <a href="mailto:info@messe-duesseldorf.de">info@messe-duesseldorf.de</a> <a href="http://www.messe-duesseldorf.de">www.messe-duesseldorf.de</a>	Fon: 0211-4560-900 Fax: 0211-4560-668 <a href="mailto:info@messe-duesseldorf.de">info@messe-duesseldorf.de</a> <a href="http://www.intermopro.de">www.intermopro.de</a>

Sector principal: Sector de la alimentación (productos alimenticios y estimulantes).

Segmento de la oferta: productos lácteos, productos derivados de la leche, productos lácteos secos, productos lácteos, artículos de lechería, comestibles finos, equipamiento.

Precio de alquiler del stand 2010: cubierta (stand adosado) EUR 150,00/m<sup>2</sup>, recinto al aire libre EUR 78,00/m<sup>2</sup>



## 7. Conclusiones

De acuerdo a los antecedentes recopilados podemos llegar a la conclusión de que el mercado Halal en Berlín y en Alemania, respecto a productos Halal de países no musulmanes, está en sus inicios. Esta situación es particularmente interesante dadas las experiencias actualmente en desarrollo por parte de la industria alimenticia de los mercados de Francia y Reino Unido, pero sobre todo por la historia que los habitantes de cultura islámica han desarrollado en Alemania en los últimos 60 años.

Los consumidores musulmanes que se rigen por las recomendaciones islámicas, ya sea para la elección de alimentos, cosméticos, productos de cuidado personal, servicios de turismo, hotelería, restaurantes o del sector bancario y financiero, le otorgan una gran confianza a la certificación Halal. Debido a ello, es fácil ver un gran potencial en el mercado del sector Halal, especialmente si se gana la confianza de los consumidores con productos (bienes y servicios) de alta calidad, demostrando seriedad y respeto por los preceptos islámicos y el uso de certificaciones Halal respetadas mundialmente.

De manera de poder fortalecer al sector exportador en estos nichos de consumo es indispensable establecer un diálogo que incluya lo ya recomendado en puntos anteriores: establecer un diálogo con la comunidad musulmana residente; con los productores e importadores alemanes de origen turco; con los importadores locales; con las cadenas de retail que ya están en contacto directo con las necesidades de consumo de la población musulmana residente; con los certificadores Halal en Chile; y finalmente con los exportadores nacionales.

Este diálogo puede ser exitoso en la medida que se discutan e implementen las recomendaciones presentadas, tales como: establecer estrategias de marketing utilizando los medios de publicidad locales (medios escritos e internet); visitas a ferias comerciales; y visitas comerciales que consideren establecer contacto directo y fluido con importadores y distribuidores. Si bien este camino no está carente de dificultades, es el que garantiza gozar de la confianza de los consumidores que cimiente un desarrollo de las exportaciones de productos Halal que sea un boom para la economía exportadora chilena.

## Entrevistas

Sr. Mahmoud M. Tatars, Dipl.-Ing.

GM/Halal System Assurance Specialist  
HALAL CONTROL (EU)  
Prüf- und Zertifizierungsstelle für Halal-Lebensmittel  
Inspection- and Certification Body for Halal-Food

Sr. Dr. M. Djavad Mohagheghi

Halal World - Germany  
ECT GmbH Sitz der Gesellschaft : Hannover Registergericht : Amtsgericht Hannover, HRB  
55060 Geschäftsführer : Dr. M. Djavad Mohagheghi

-----  
Querstraße 18, 30519 Hannover  
Phone 0049 (0) 511 34008374  
Fax 0049 (0) 511 8485588  
mobile 0049 (0) 170 4624242  
<http://www.Halalworld-germany.de>

Sr. Badreddin Hawari

Gerente  
HALAL-EUROPE  
<http://www.Halal-europe.com>

Musulmanes residentes en Berlín:

Deniz Keskin (30 años, residente en Berlín, desde hace 6 años en Alemania, diseñador, casado).

Mehmed Celik (23 años, residente en Berlín, nació en Berlín, estudiante, soltero).

Dilek Gökdal (45 años, residente en Berlín, desde hace 3 años en Alemania, doctora, viuda).

Billur Maskun (38 años, residente en Berlín, nació en Berlín, dueña de casa, casada).

Comerciantes turcos en Berlín:

Se realizaron entrevistas anónimas a comerciantes de cuatro mercados turcos.

**Organismo Certificador Halal en Chile**

Sheij Yusuf Goosen

Encargado Certificación Halal  
CENTRO ISLÁMICO DE CHILE

-----  
Campoamor 2975, esquina Chile-España.  
Ñuñoa – Santiago  
CHILE

E-mail: [halal@islamenchile.cl](mailto:halal@islamenchile.cl)  
Teléfono: (56-2) 2749921 - 3431376  
Fax: (56-2) 3431378

<http://www.halal.cl/>