

Tendencias del Mercado

Berries Congelados en Alemania

Octubre de 2017

Documento elaborado por ProChile Hamburgo

pro|CHILE
IMAGINA · CRECE · EXPORTA



RESUMEN EJECUTIVO

1. Descripción de la tendencia

La Unión Europea es el Mercado más grande para la importación de berries congelados. Debido a que existe una larga tradición en el consumo de estos productos y como el aumento de la población ha superado ampliamente el aumento de la producción, esta demanda debe ser suplida con productos importados desde fuera de la EU.

Es más, las características de frutas muy saludables que van de la mano con las tendencias modernas, hasta las denominaciones de “superfrutas” ha hecho que este interés se acreciente.

Uno de los países que representa bien esta moda es Alemania, el cual llegó a ser el importador principal de berries congelados superando a Francia y Bélgica.

2. Oportunidades para el sector /productos en el mercado

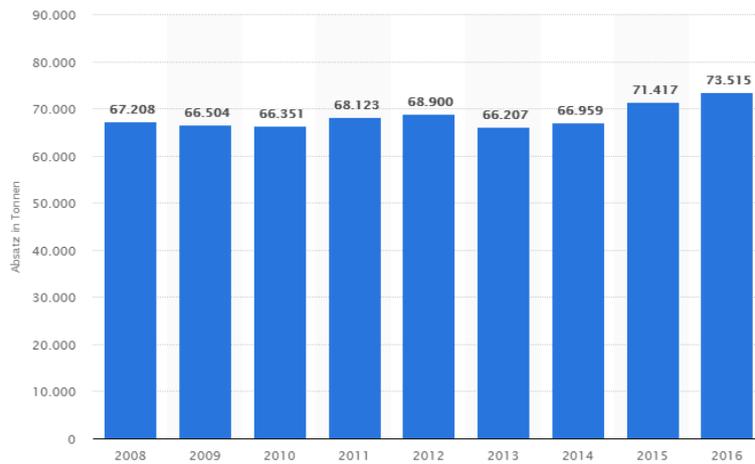
- Los berries se han vuelto cada vez más populares y sus usos también han ido creciendo en los más diversos formatos. Hoy no solo se consumen frescos, en la pastelería o los cereales para el desayuno, sino que hay una fuerte tendencia para consumirlos en jugos o smoothies caceros, muy populares entre el público joven y especialmente entre las mujeres.
- El principal segmento para los berries congelados es el de reempaque para el retail, donde estos se venden en distintos formatos, individuales o mezclándolos con otras frutas.
- El segmento orgánico ha tenido un interesante aumento, el cual se ve limitado solamente por la escasez de materia prima.

3. Análisis FODA



II. SITUACIÓN

1. Situación del sector/producto en el mercado



Ihre Daten visualisiert + a b l e a u
[Details zur Statistik](#)

© Statista 2017
[Quellen anzeigen](#)

1

La estadística refleja las cantidades de venta de productos congelados como la de berries (y jugos) en Alemania en los años 2008 hasta 2016. En esta se puede apreciar el aumento en el volumen exportado llegando en el año 2016 a una cantidad de 73.500 toneladas en Alemania.

A parte de la moda al consumo de productos precocinados se nota una tendencia al consumo de comida fuera de casa y además un aumento en la conciencia de la calidad de los productos consumidos. Eso se refleja en la decisión de compra del consumidor final y con eso la gran demanda de productos orgánicos o regionales. Para productores de berries congelados crecen con este desarrollo no solamente nuevas oportunidades de mercados, sino también, nuevos desafíos como diseños adecuados de los envases y nuevos clientes.²

Según el reglamento de la Unión Europea, los Berries congelados pueden ingresar de las siguientes formas a Alemania:³

- Free-flowing (berries congelados enteros o en unidades individuales)
- Non free-flowing (berries congelados en forma de un bloque)
- Crumbled (pedazos de berries)
- Una combinación de pedazos de berries con berries enteros e individuales

2. Identificación de forma utilización del producto

La utilización de berries congelados es muy variada. No solamente se produce directamente para el consumidor final, sino que también para la industria procesadora.

¹ <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/155477/umfrage/inlandsabsatz-von-tiefkuehlobst-und--beeren-in-deutschland-seit-2008/>

² https://www.boeckler.de/pdf/p_study_hbs_351.pdf

³ <http://trade.ec.europa.eu/tradehelp/berries>

En los años pasados se desarrolló la tendencia que la venta al por menor, tiene mayor importancia que la venta por mayoristas. La tendencia muestra que los volúmenes de ventas al consumidor final tienen un impacto mayor que el de la industria procesadora.

La mitad de los berries congelados que entran a la Unión Europea son **reempaquetados** y vendidos sin ser procesados, directamente al consumidor final. Para esa forma de venta se usa exclusivamente berries enteros o sea free-flowing. En cantidades pequeñas se usa los pedazos de berries más grandes para productos panaderos congelados como p.ej. en muffins o tortas congeladas.

La otra mitad se utiliza para el procesamiento industrial en formas y concentraciones distintas y en combinación con una variedad de otros ingredientes.

3. Consumidor final

El consumidor final utiliza el producto para el consumo privado, sobre todo en las épocas del año en cual no se encuentra berries frescos regionales. Otra novedosa forma de uso, es utilizar los berries para hacer smoothies de frutas, mezclado con otras frutas frescas, también para hacer tortas o postres en general y también para bebidas (ej. decoración, cócteles etc.). De esas formas de consumo se puede concluir que para los consumidores alemanes los berries congelados no son productos de uso diario, sino que para ocasiones especiales o un lujo saludable habitual, pero no diario. Como los berries tienen la denominación superfruta el consumidor final lo utiliza para la alimentación sana y equilibrada. Por el valor nutritivo el producto se encuentra en muchos libros de recetas para el consumidor final.⁴

4. Insumo industria para proceso

Los berries congelados tienen una utilización muy variada en la industria para proceso. En la gráfica se puede ver los distintos sectores:

⁴ <http://www.freshplaza.de/artikel/12123/Mango-und-Heidelbeeren-immer-wichtiger-im-Tiefkuehlobst>



El procesamiento de los berries congelados a jugos concentrados, sobre todo en forma de smoothies, es el sector más importante representando un 60% de la industria.

Los berries congelados se usan también para productos lácteos, panes, tortas y mermeladas etc. Estas corresponden al segundo sector más importante y corresponden a las preparaciones industriales, llegando a un 30%.

Las empresas más importantes para la producción de mermelada son p.ej. Zentis GmbH & Co. KG o Schwartauer Werke GmbH & Co. KGaA.

Una moda que está surgiendo es el consumo de refrescos en base de frutas.

En Alemania se consume un promedio de 33 litros de refrescos en base de frutas y jugos al año per cápita. Esa industria está caracterizada de tener un número alto de empresas procesadoras, pequeñas y medianas.⁵

5. Retail vs. Foodservice

Los minoristas o Retail pagan mejores precios por los berries congelados, ya que compran el producto de mejor calidad y solamente berries IQF enteros. En ese sector no hay regulaciones tan estrictas y con menor importancia en referencia al nivel brix que en el sector industrial.⁶

⁵ https://www.boeckler.de/pdf/p_study_hbs_351.pdf

⁶ <https://www.cbi.eu/market-information/processed-fruit-vegetables-edible-nuts/frozen-berries/europe/>

6. Diseño



Arándanos
300 gr. / 2,69€

congelados

orgánicos

Berries congelados orgánicos, sin azúcares (Frambuesas, arándanos, frutillas, etc.) / 4,15€



300gr.



Berries congelados sin azuceres (Frambuesas, arándanos, cerezas, etc.)
300gr. / 3,25€

El diseño de los paquetes presentados al consumidor final, muestran frutas frescas con colores naturales que parecen provenir de un ambiente completamente natural. Los colores dominantes en general son rojos, morados y verdes. Los envases más pequeños (300gr.) son hechos de papel mientras las bolsas más grandes son de plástico para garantizar que el envase no se dañe.

El envase debe proteger las características, como forma y olor, y la calidad de los productos de daños externos, tales como; contaminaciones bacteriológicas o del mismo envase. También es importante que lo proteja de pérdida de líquido y deshidratación.

Los tamaños más comunes son:

Para cantidades más pequeñas sobre todo para productos free-flowing: 0.5, 0.7, 1 y 2.5 kg. Mientras para cantidades más grandes y productos non-free flowing y crumbled que se transporta en cajas: entre 10 a 20 kg.⁷

OPINIONES DE AGENTES RELEVANTES EN EL MERCADO SOBRE PRODUCTOS DE LA COMPETENCIA LOCAL Y EXTERNA

1. Importadores

Según una publicación realizada por el portal panthermedia© OVB el 08 de Febrero de este año, se recomienda no comer crudas las berries provenientes de lugares inciertos, poniendo énfasis en las provenientes desde China, todo esto debido a los riesgos que implica para contraer ciertas enfermedades debido al abuso de pesticidas en este país.

Uno de los comentarios más comunes de los importadores con respecto al tema de las frambuesas chilenas, especialmente entre los años 2000 y 2013 era la constante incertidumbre con respecto al abastecimiento condicionado al factor precio. Esto porque en ciertas ocasiones y luego de acordar precios, la posibilidad de vender en EEUU a mejor precio, hacía que los negocios no se concretasen, aunque en contraparte también se puede argumentar que en ocasiones ocurría algo parecido cuando Serbia o Polonia presentaban grandes volúmenes de producción lo que provoca disminución de los precios.

2. Retailers

Los retailers alemanes son conocidos por ser muy duros negociadores, presionando muy fuerte por precios más bajos. El poder de negociación de estos es conocido en Europa.

⁷ <https://www.cbi.eu/market-information/processed-fruit-vegetables-edible-nuts/frozen-berries/europe/>

Para ellos es fundamental contar una oferta constante y segura de productos, es por eso que en este país existe una vasta red de importadores, distribuidores y agentes que procuran mantener el gigantesco abastecimiento de materias primas y alimentos.

IV. FUENTES DE INFLUENCIA EN REQUERIMIENTOS Y TENDENCIAS

1. Demandas o requerimientos asociados (ej. alimentos funcionales, orgánicos, naturales)

Los requerimientos principales de la Unión Europea son los siguientes:

- Buen color, natural y razonable, además que sean característicos del tipo de fruta
- Forma: natural y uniforme mientras están en el mismo paquete; la forma típica de la variedad
- Limpios y libres de materias ajenas
- Libres de gustos y olores ajenos
- Como free-flowing no deben estar pegadas una a la otra y deben ser fácilmente separables mientras están congelados
- No debe contener berries sin colores u otros colores que no sea el color del estado maduro de la fruta
- No debe contener frutas rotas o deformes
- Mientras se descongelan no debe salir más de 5% del jugo

Requerimientos adicionales:

Un indicador importante para la calidad de frutas congeladas son los grados del brix (la materia seca en las frutas o sea los azúcares). Para frutas frescas se espera un valor de 0 a 20 brix, mientras que para frutas congeladas, sin azúcares añadidos, el mínimo debería ser entre 7 a 8 grados. Para las frutas que están preparadas con azúcares debe ser entre 18 y 35 grados.⁸

Para exportar berries congelados es condicionante que las empresas productoras tengan altos estándares y controles de las condiciones higiénicas durante la producción, sobre todo, porque las frutas se cosechan a mano y muchas veces ni se lavan. Además ya surgieron varios casos en Alemania y la UE en base de frutas congeladas, que resultó en una alerta enorme de las distintas instituciones importadoras.

⁸ <http://trade.ec.europa.eu/tradehelp/berries>

2. Identificar agencias o entidades con influencia en la tendencia (asociaciones, grupos independientes, médicos, medioambientales, etc).

El mercado alemán se desarrolla en base a la demanda de su población. Como ahora por ejemplo se desarrolló mayor conciencia con el medioambiente y procedimientos sustentables como la producción orgánica, los mayoristas y minoristas exigen ciertos certificados y documentos para vender los productos mejor y satisfacer la demanda de sus clientes.⁹

Los compradores de las cadenas de supermercados grandes en Alemania (REWE, Edeka, ALDI, LIDL etc.) tienen un impacto muy grande al mercado. Esas cadenas se encuentran en todo el país, vendiendo sus productos a millones de alemanes. Lo que venden en sus tiendas también puede guiar a nuevas modas e influir la alimentación de sus clientes.

V. DEFINICIÓN CONSUMIDOR Y MERCADO POTENCIAL

1. Tamaño del mercado para el/los productos

Alemania con más de 80 millones de personas y un alto poder adquisitivo, es sin duda el principal mercado para los berries congelados en Europa.

El 17% de todos los berries congelados importados a la Unión Europea van a Alemania, seguidos de Francia con un 7,4% y luego Bélgica con un 5,6%.

2. Requerimientos al Producto

Seguridad:

Todos productos de frutas congeladas entrando a la Unión Europea, y con eso también a Alemania, deben ser completamente seguros. Las frutas no deben contener ningún organismo ajeno, como pesticidas, que pueden dañar al consumidor final ni en ninguna otra forma la población europea y su flora y fauna. Ingredientes deben estar declarados en el envase del mismo producto además si contiene alérgenos.

Como ya surgieron incidentes con la seguridad de berries congeladas (Novovirus, el virus Hepatitis A) puede ser que los importadores exigen certificados de inocuidad u otros documentos. En la situación normal se pide certificados de salud como los siguientes: IFS, FSSC22000 and BRC.

⁹ <http://www.freshplaza.de/artikel/12123/Mango-und-Heidelbeeren-immer-wichtiger-im-Tiefkuehlobst>

El único ingrediente que se puede añadir a los berries congelados es azúcar (sacarosa, sirope, dextrosa, fructosa y sirope de glucosa).

El proceso de enfriar debe ser como indicado:¹⁰

- Se debe congelar el producto en una temperatura que surge el nivel máximo de cristalización usando solamente aire, oxígeno o dióxidos de carbón. Este proceso está completo cuando la temperatura en el centro de la fruta llega a ser 18°C
- Esa temperatura debe variar hasta 3°C durante el transporte y la distribución local

VI. COMPETIDORES O ACTUALES PROVEEDORES

1. Posición de competidores en el mercado (local e importado)

En los últimos cinco años, las importaciones de bayas congeladas en la Unión Europea crecieron un 12% en valor y un 4% en cantidad, alcanzando los 695 millones de euros y 313,000 toneladas en 2015.

Las frambuesas congeladas representan más del 70% de todas las importaciones europeas de bayas congeladas, seguidas de las moras congeladas y otras bayas congeladas. El comercio dentro de la Unión Europea es más alto que las importaciones procedentes de países en desarrollo, principalmente debido al dominio de Polonia (27%) como principal proveedor de la Unión intraeuropea.

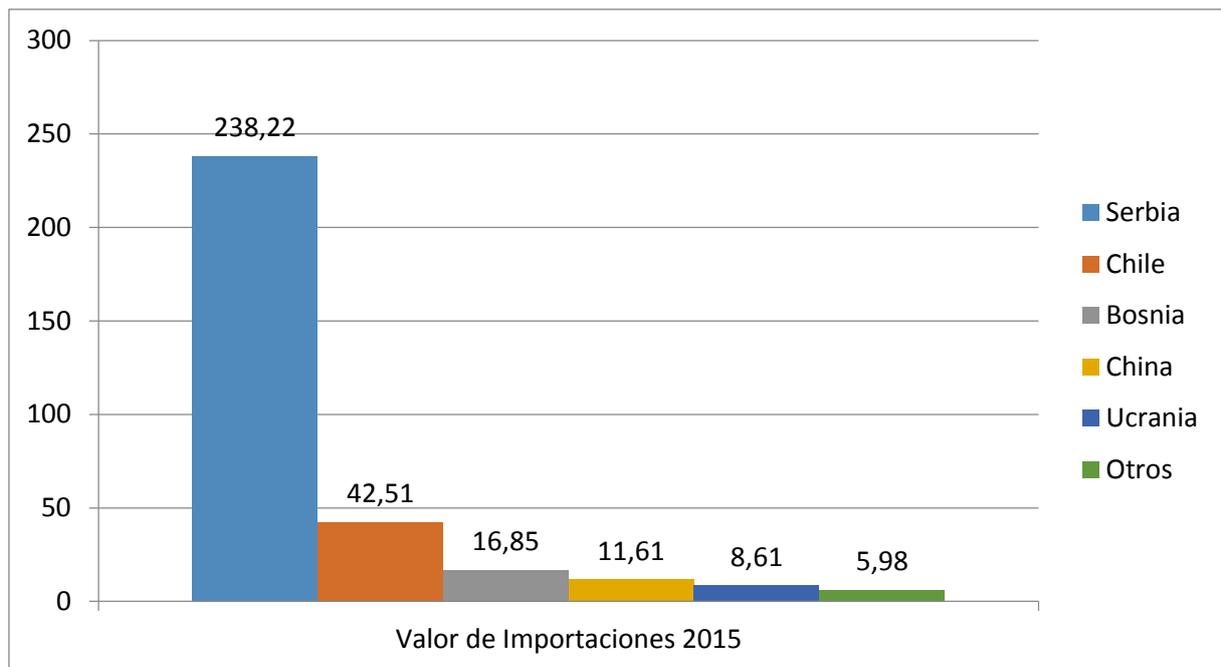
El mercado de bayas congeladas de la UE está concentrado: los tres principales importadores (Alemania, Francia y Bélgica) representan el 60% del total de las importaciones europeas.

Fuente: ITC Trademap

Chile, como el segundo mayor proveedor externo de frambuesas congeladas y moras congeladas, registró un crecimiento muy elevado de las exportaciones hasta 2010, pero después de este período sus exportaciones a la Unión Europea disminuyeron un 6%. Otros países que están ganando cuota de mercado en la Unión Europea son: Ucrania (118% de crecimiento desde 2010) seguido de México (36% de crecimiento).

¹⁰ <http://trade.ec.europa.eu/tradehelp/berries>

Importaciones de Berries Congelados a la Unión Europea durante el año 2015 en millones de Euros



Fuente. Eurostat

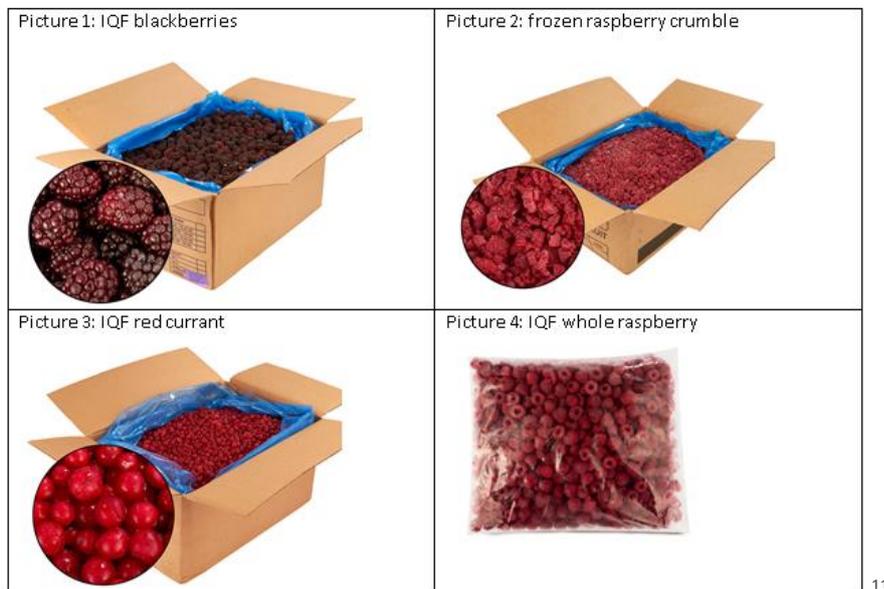
1.1. Formatos/Envases/Empaques (materiales)

Las formas más comunes de como los berries congelados en a granel (bulk) llegan a los importadores, son los siguientes:

- Bolsas de polietileno
- Cajas de cartón con bolsas de plásticos

Las cajas, cerradas con cinta después de la confirmación que aguanta el peso de las frutas, en general se transporta en EURO pallets (80 x 120 cm) a Europa. El tamaño de los paquetes para el exporte de berries congelados no está estandarizado.

Ver en las fotos abajo:



11

1.2. Diseño y Etiquetados



Berries congelados (Frambuesas, arándanos, cerezas, etc.)

750gr. / 7,59€

1.3. Estrategias de posicionamiento

- Explorar la posibilidad de suministrar diferentes tipos de bayas congeladas en el mercado europeo. Los compradores europeos están buscando oportunidades para diversificar su abastecimiento de más países al lado de proveedores líderes¹¹.
- El segmento orgánico cobra cada vez más importancia y es una alternativa también para mejores precios.

¹¹ <https://www.cbi.eu/market-information/processed-fruit-vegetables-edible-nuts/frozen-berries/europe/>

¹² <https://www.cbi.eu/market-information/processed-fruit-vegetables-edible-nuts/frozen-berries/europe/>

- El segmento Fair Trade no ha tenido éxito, principalmente porque el consumidor alemán no relaciona la compra de los berries con países fuera de la EU.

VII. DISTRIBUCIÓN

1. Flujo del producto en el mercado (importador, distribuidor, retailer, mayorista, consumidor final)

El diagrama a continuación nuestra muestra un esquema de cómo funciona generalmente la industria. Es tan versátil el uso que se les puede dar a estos productos que los distintos actores de las diferentes industrias procesadoras se suelen apoyar con importadores y bróker, los cuales buscan a las empresas exportadoras y le aseguran un abastecimiento constante de materia prima.

Suele ocurrir que grandes empresas, prefieren trabajar a través de intermediarios, evitándose así los problemas logísticos y limitando el número de proveedores con los cuales interactuar.

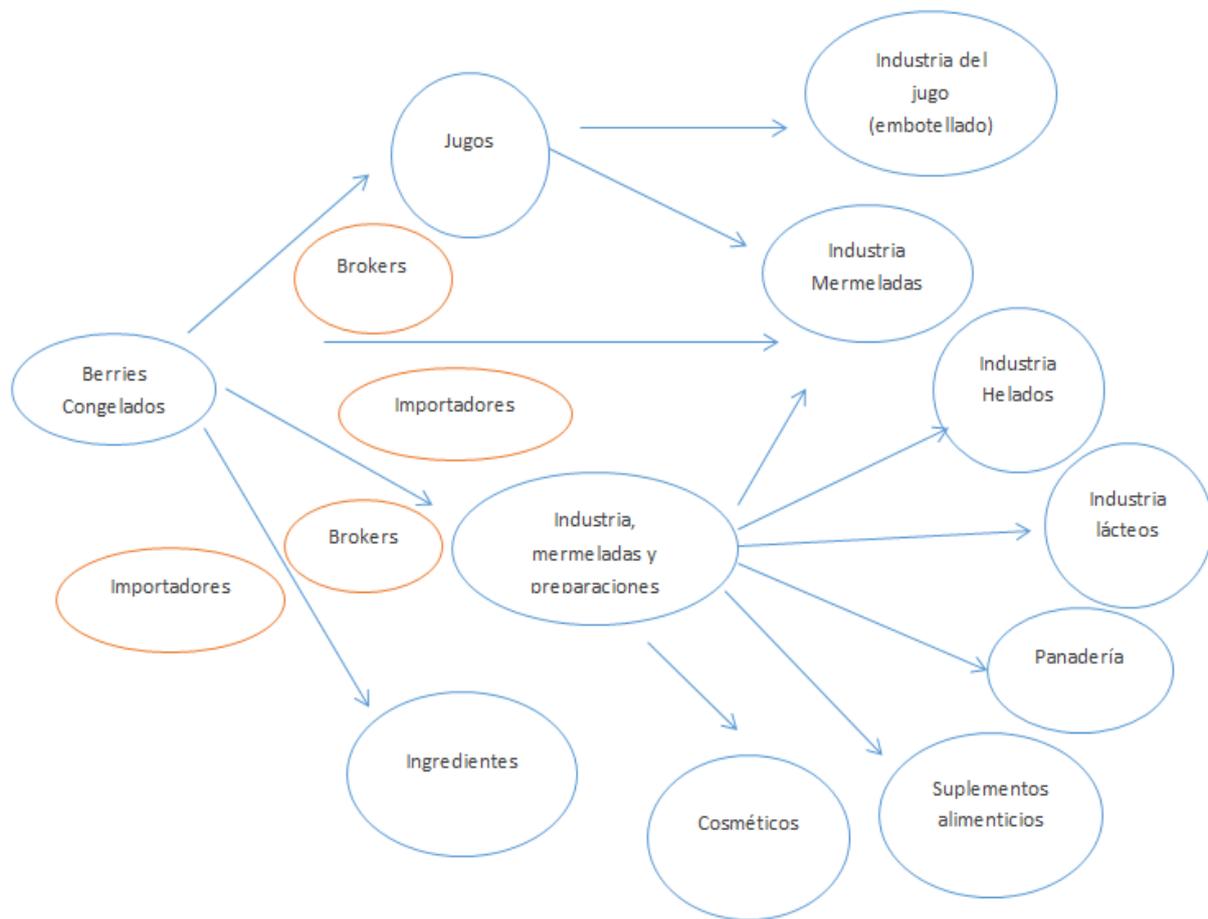
Alrededor de la mitad de las bayas congeladas importadas en la Unión Europea son re envasados y vendidos por los minoristas. Para este segmento solo se usa fruta IQF entera. Una parte más pequeña de toda la fruta IQF también se utiliza para aplicaciones de panadería congelada (muffins, pasteles, etc.).

Otra mitad de las bayas o berries congelados importadas es utilizada para la industria de procesamiento de frutas, a través de diferentes formas de concentración con o sin la adición de otros ingredientes.

La mayor proporción de concentración de bayas congeladas representa la producción de jugo concentrado que puede llegar hasta 80 brix. Esos jugos concentrados son utilizados además por las industrias de zumos de frutas, pero también en los productos para untar y la industria de los helados.

Otra pequeña proporción del uso industrial de bayas congeladas representa la industria de preparaciones de frutas, que vende productos a panadería, lácteos (yogures de fruta principalmente) y la industria de helados. Usualmente usan productos congelados de Clase II en bloques o desmenuzados. Algunos importantes actores de la industria son:

- Importador (mayorista): Helsu, Berrymark, Roger Descours Group, Zumdieck, Lamex
- Empacador: Orogel, Nestlé, Frosta, Asiago Foods
- Canal concentrado de jugos: Binder International, Grunewald International, Agrana Group
- Canal de preparados de atascos y frutas: Zentis, Dairy Fruit, Wild Dairy Ingredients



2. Segmentación de punto de venta (ej: retail especializado, supermercados, convenience, etc)

La principal segmentación que existe en el mercado alemán, dice relación con si el producto es orgánico o convencional, pagándose un porcentaje mayor por el primero que varía dependiendo de la cadena y puede ser en entre un 20 o 30%. De igual forma, existe una clara segmentación en el retail alemán que va desde las cadenas de descuento con un fuerte 40% del consumo total, pasando por supermercados tradicionales, tiendas especializadas, como Reformhaus (una cadena de tiendas de productos dietéticos) entre otras.

VIII. POSICIÓN Y OPORTUNIDADES PARA EL PRODUCTO CHILENO

1. Oportunidades detectadas

La demanda de berries congelados sigue creciendo en el mercado alemán y las cantidades producidas internamente no alcanzan cumplir esa demanda. Sobre todo en las temporadas contra-estacionales (o sea en el invierno alemán) hay buenas oportunidades para el producto chileno. Los alemanes quieren alimentarse de manera sana y equilibrada durante todo el año y mientras no exista la posibilidad de comprar productos regionales como pasa en el invierno, lo consiguen a través de las frutas congeladas.

Desde el año 2010 hasta hoy, Chile se convirtió en el segundo proveedor de frambuesas y moras congeladas¹³ lo que muestra el potencial nacional en la producción de frutas.

El sector de productos orgánicos, FairTrade y alimentos funcionales (superfrutas) vive un auge y redonda en una demanda creciente. Esas tendencias pueden ser una buena oportunidad para productores chilenos.

Sin embargo, a diferencia de lo que pasa en muchos otros segmentos, el segmento Fair Trade no ha podido consolidarse, ya que el consumidor alemán no relaciona a los berries con productos extranjeros, sino que solo como producción nacional, esto ha traído consigo que las cadenas del retail no se interesen por comprar berries con esta certificación¹⁴.

Este aspecto es muy importante de destacar. En este país los consumidores tienen una enorme influencia sobre la toma de decisiones de las cadenas, ya que ejercen sus derechos de una forma poco acostumbrada para la realidad nacional.

2. Necesidades de adaptación/mejoras del producto chileno en el mercado de acuerdo a los requerimientos

Una ventaja de los productos chilenos es el ambiente fitosanitario en cual crecen los productos. Son condiciones especiales con las cuales los productores pueden hacer promoción y fortalecer su posición en el mercado, ¿Dónde está el problema? Los importadores y distribuidores saben de estas características, no así los consumidores. No obstante, ya surgieron caso con contaminación de los productos chilenos, lo que no debe volver a ocurrir.

¹³ <https://www.cbi.eu/market-information/processed-fruit-vegetables-edible-nuts/frozen-berries/europe/>

¹⁴ Corina Niensted, Fair Trade Deutschland

En los próximos años se prevé un aumento en la oferta mundial de berries donde se espera que Asia absorba cierto porcentaje, sin embargo, hay que estar muy atentos a la tendencia de los precios y mantener siempre la competitividad.

Para adaptarse a la demanda alemana se recomienda a los productores agregar valor a sus productos. Eso se puede realizar a través de cambios en los procesos productivos por ejemplo plantando bajo de los requerimientos orgánicos. Contar con certificados orgánicos como el IFS, IFOAM¹⁵ o BRC puede aumentar la demanda alemana hacia productos chilenos. Además plantar bajo altos estándares sustentables puede aumentar el interés de los importadores alemanes en los productos chilenos. Con los certificados y altos estándares sustentables pueden aprovechar que los consumidores finales pagan precios más altos por estos productos y al mismo tiempo entran a un nicho de mercado.

3. Opciones para defenderse de competidores

El factor precio siempre ha sido determinante en el éxito de la comercialización de este tipo de productos y mantenerse competitivos es siempre una exigencia fundamental para el mercado alemán.

Como ya mencionado antes productores y proveedores chilenos tienen varias opciones defendiéndose de competidores como las condiciones propias de la naturaleza chilena pero también agregando valor en forma de certificados orgánicos etc.

Para aumentar el interés de importadores alemanes ayuda diversificar la variedad ofrecida o sea ofrecer nuevos productos (otros tipos de berries congelados). Los importadores europeos en general no están especializados en un cierto tipo de fruta congelada. Comparando su propia oferta con la de competidores y productores de otros países que están presentes en el mercado alemán puede ayudar en la decisión de que más plantar y con eso cumplir la demanda alemana y aumentar las posibilidades de exportar con éxito¹⁶

Produciendo frutas con altos grados de brix puede ayudar vendiendo su producto a los distintos tipos de industrias de berries congelados. Eso garantiza precios más altos y competitividad en el mercado.

Otra opción para sobresalir como exportador y productor chileno frente otros productores es el uso de medios de comunicación. Usando el internet y social media puede ayudar presentar las empresas y los productos en una manera fácil a importadores europeos.

¹⁵ <https://www.ifoam.bio/en/ifoam-standard>

¹⁶ <https://www.cbi.eu/market-information/processed-fruit-vegetables-edible-nuts/frozen-berries/europe/>

IX. FUENTES DE INFORMACIÓN CONSULTADAS O CONTACTOS CON EXPERTOS EN EXTRANJERO

<https://de.statista.com/statistik/daten/studie/155477/umfrage/inlandsabsatz-von-tiefkuehlobst-und--beeren-in-deutschland-seit-2008/> (24.10.2017)

https://www.boeckler.de/pdf/p_study_hbs_351.pdf (24.10.2017)

<http://trade.ec.europa.eu/tradehelp/berries> (24.10.2017)

<http://www.freshplaza.de/artikel/12123/Mango-und-Heidelbeeren-immer-wichtiger-im-Tiefkuehlobst>
(24.10.2017)

<https://www.cbi.eu/market-information/processed-fruit-vegetables-edible-nuts/frozen-berries/europe/>
(24.10.2017)

<https://www.ifoam.bio/en/ifoam-standard> (24.10.2017)

El presente documento, de investigación de mercado e informativo, es propiedad de ProChile, organismo dependiente del Ministerio de Relaciones Exteriores de Chile. El acceso a este documento es de carácter público y gratuito. No obstante lo anterior, su reproducción íntegra o parcial sólo podrá ser efectuada citándose expresamente la fuente del mismo, indicándose el título de la publicación, fecha y la oficina o unidad de ProChile que elaboró el documento. Al ser citado en una página Web, deberá estar linkeado al sitio de ProChile para su descarga.