

ESTUDIO DE MERCADO BERRIES CONGELADAS: FRESAS, FRAMBUESAS Y ARÁNDANOS – BRUSELAS

ProChile Bruselas, Diciembre 2009

PRODUCTO

CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO CHILENO SACH: 0811100000, 0811.2020, 0811.2010, 0811 90 10

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO: Fresas congeladas, Frambuesas congeladas, Moras y zarzamoras congeladas, Arándanos congelados

CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO LOCAL

08111000 Fresas (frutillas) congeladas
 08112031 Frambuesas congeladas
 08112059 Zarzamoras, moras y moras-frambuesas
 08119050 Los demás – Frutos del *Vaccinium myrtillus* (arándanos, mirtilos)

SITUACIÓN ARANCELARIA Y PARA-ARANCELARIA: 081110, 08112031, 08112059, 08119050.

ARANCEL GENERAL:

Arancel Chile %	Arancel Terceros Países %
0%	14,4%
1,8%	14,4%
0%	12%
0%	12%

ARANCEL PREFERENCIAL PRODUCTO CHILENO: El Acuerdo de Asociación Económica entre Chile y la Unión Europea (UE): <http://rc.direcon.cl/acuerdo/1454>

Desde el año 2010 todos los productos del grupo "berries" tienen un arancel de 0% (desgravación total).

OTROS IMPUESTOS:

6% IVA - producto alimenticio

REQUISITOS Y BARRERAS DE INGRESO

Normativa de comercialización

- **Reglamento (CE) N° 3223/94** de la Comisión, del 21 de Diciembre del 1994: establece las modalidades del régimen a la importación de frutas y verduras. (JO L 337 24.12.1994 p. 66)

<http://europa.eu.int/eur-lex/lex/es/repert/036054.htm>

Normativa de Envase y etiquetado de productos congelados

La normativa correspondiente a la Unión Europea se establece en la "**Directiva 89/108/CEE** del Consejo, de 21 de diciembre de 1988, relativa a la aproximación de las legislaciones de los Estados Miembros sobre los alimentos ultra congelados destinados a la alimentación humana."

La directiva establece las normas relativas a la congelación, el envasado, el etiquetado y el control de los productos alimenticios ultra congelados.

"Alimentos ultra congelados" son los productos alimenticios que se han sometido a un proceso denominado "congelación rápida" que permite rebasar tan rápidamente como sea necesario la zona de máxima cristalización, de manera que la temperatura del producto - tras la estabilización térmica- se mantiene sin interrupción en temperaturas iguales o inferiores a $-18\text{ }^{\circ}\text{C}$.

La congelación rápida debe efectuarse lo antes posible en productos de calidad sana, cabal y comercial con ayuda de un equipo técnico adecuado. Sólo se autorizan como sustancias congelantes el aire, el nitrógeno y el anhídrido carbónico que cumplan unos criterios de pureza específicos.

Se admiten márgenes de tolerancia de $-18\text{ }^{\circ}\text{C}$ con respecto a la temperatura obligatoria para los alimentos ultra congelados durante su transporte, así como durante la distribución local y en los diversos puntos de venta al consumidor final. En estos casos, la temperatura no puede ser superior a $3\text{ }^{\circ}\text{C}$, no obstante, podrán alcanzarse los $6\text{ }^{\circ}\text{C}$ en los expendios minoristas si los Estados Miembros así lo disponen.

Los alimentos ultra congelados deben envasarse en envases previos que los protejan de las contaminaciones externas y de la desecación.

El etiquetado de los alimentos ultra congelados debe incluir la denominación de venta, la mención "ultra congelado" y la identificación del lote. Las demás indicaciones obligatorias varían en función del destinatario del producto:

Consumidores finales, restaurantes, hospitales y comedores: fecha de duración mínima, período durante el cual el destinatario puede almacenar los productos ultra congelados, temperatura de conservación y equipo de conservación exigido.

Otros: cantidad neta e identidad del fabricante, envasador o vendedor.

Los Estados miembros tienen la obligación de garantizar que los equipos utilizados en relación con los alimentos ultra congelados cumplen la directiva, así como de efectuar un control oficial por sondeo de las temperaturas de esos productos.

La Comisión determina las normas relativas a la toma de muestras y al control de las temperaturas y de los equipos asistidos por el Comité permanente de productos alimenticios.

Esta normativa está disponible en
<http://europa.eu.int/scadplus/leg/es/lvb/l21116.htm>

Requisitos específicos para 08111090	
Control sanitario de los productos alimenticios de origen no animal	ver ANEXO 1
Etiquetado de productos alimenticios	ver ANEXO 2
Productos de producción ecológica	ver ANEXO 3

Lista Terceros Países de la Unión Europea

BARRERAS PARA ARANCELARIAS:

No hemos observado otras políticas de importación; normas y reglamentos técnicos; Subsidios; exportación de servicios; defensa comercial; tributación; otras.

ESTADÍSTICAS – IMPORTACIONES

0811100000 - Fresas (frutillas) Año 2006	Importación Volumen (1000 kg)	Importación Valor (1000 EUR)	Participación Mercado
Polonia	7154,5	6984,15	34%
Marruecos	6830,5	6574,36	32%
Países Bajos	1131,4	1161,76	6%
China	1369,3	1069,36	5%
Turquía	655,2	885,11	4%
Alemania	928,3	838,61	4%
Francia	585,8	745,73	4%
España	867,7	696,62	3%
Serbia	274,3	401,99	2%
Chile	0	0	0%
Total INTRA-EUR27	11217,6	11224,46	55%
Total EXTRA-EUR27	9544,5	9298,03	45%
Total	20762,1	20522,49	100%

0811100000 - Fresas (frutillas) Año 2007	Importación Volumen (1000 kg)	Importación Valor (1000 EUR)	Participación Mercado
Polonia	6929,2	8785,66	32%
Marruecos	4979,3	5407,91	20%
España	3407,7	2943,16	11%
Países Bajos	2072,8	2510,63	9%
China	1727,1	1669,79	6%
Francia	850,5	1242,08	5%
Turquía	578,5	983,48	4%
Alemania	679,9	795,11	3%
Egipto	878	724,87	3%
Chile	422,4	454,3	2%
Total INTRA-EUR27	14615,4	17383,16	63%
Total EXTRA-EUR27	9225,1	10018,63	37%
Total	23840,5	27401,79	100%

0811100000 - Fresas (frutillas) Año 2008	Importación Volumen (1000 kg)	Importación Valor (1000 EUR)	Participación Mercado
Marruecos	11636,6	10898,94	40%
Polonia	4411	6522,79	24%
España	2936,8	2725,55	10%
Egipto	1478,4	1228,99	5%
Turquía	445,7	1140,4	4%
Francia	530	1029,6	4%
Países Bajos	821,9	994,51	4%
China	935,2	825,33	3%
Serbia	204,7	370,76	1%
Perú	318,4	347,7	1%
Chile	68,2	75,19	0%
Total INTRA-EUR27	9185,2	11999,4	44%
Total EXTRA-EUR27	15353,3	15158,56	56%
Total	24538,5	27157,96	100%

081120000 Frambuesas, zarzamoras, moras, moras- frambuesa y grosellas 2006	Importación Volumen (1000 kg)	Importación Valor (1000 EUR)	Participación mercado
Serbia	6500,3	9154,19	39%
Polonia	7280,6	5836,37	25%
Chile	1478,2	2008,52	9%
Francia	857,1	1679,1	7%
Países Bajos	1275,6	1241,25	5%
Alemania	745,7	836	4%
Dinamarca	483,7	359,56	2%
Hungría	159,5	311,29	1%
China	354	289,81	1%
Austria	250,4	276,8	1%
Total EXTRA-EUR27	8547,9	11729,25	50%
Total INTRA-EUR27	11903,8	11664,78	50%
Total	20451,7	23394,03	100%

081120000 Frambuesas, zarzamoras, moras, moras- frambuesa y grosellas 2007	Importación Volumen (1000 kg)	Importación Valor (1000 EUR)	Participación mercado
Polonia	9690,2	11499,07	32%
Serbia	6244,5	10574,22	29%
Chile	3367	4313,6	12%
Países Bajos	1718,3	1897,75	5%
Francia	832	1676,03	5%
Alemania	956,9	1397,13	4%
Dinamarca	1058,8	996,04	3%
China	748,8	643,31	2%
Austria	493,7	605,93	2%
Bulgaria	263,9	426,15	1%
Total EXTRA-EUR27	10635,4	16065,79	45%
Total INTRA-EUR27	16043,3	19918,25	55%
Total	26678,7	35984,04	100%

0811200000 Frambuesas, zazamoras, moras, moras- frambuesa y grosellas 2008	Importación Volumen (1000 kg)	Importación Valor (1000 EUR)	Participación mercado
Polonia	11339,7	19294,89	42%
Serbia	4880,5	12020,83	26%
Chile	1981,9	3737,06	8%
Francia	1027,9	2506,28	5%
Países Bajos	1562,6	2428,21	5%
Alemania	634,9	1265,45	3%
Bulgaria	339,5	877,46	2%
Dinamarca	644,2	869,07	2%
Hungría	215,4	474,91	1%
Reino Unido	200,4	474,59	1%
Total EXTRA-EUR27	7220	16579,86	36%
Total INTRA-EUR27	16775,8	29634,69	64%
Total	23995,8	46214,55	100%

0811900000 Los demás – arándanos 2006	Importación Volumen (1000 kg)	Importación Valor (1000 EUR)	Participación Mercado
Polonia	5546,1	7047,62	15%
Canadá	2429,4	6260,78	13%
Países Bajos	3983,7	5887,2	12%
Francia	2282,8	4434,66	9%
Lituania	659,5	2243,49	5%
China	2399,1	1937,13	4%
Alemania	1517,8	1798,78	4%
Grecia	1840	1741,63	4%
Italia	1669,9	1445,91	3%
Chile	420	382,79	1%
Total EXTRA-EUR27	12873,2	18582,8	39%
Total INTRA-EUR27	20534,3	29309,26	61%
Total	33407,5	47892,06	100%

0811900000 Los demás – arandanos 2007	Importación Volumen (1000 kg)	Importación Valor (1000 EUR)	Participación Mercado
Canadá	2105,2	6098,53	11%
Países Bajos	4022,7	5653,33	10%
Polonia	4783,1	5429,95	10%
Francia	1941,6	3633,6	7%
Lituania	980,1	3334,56	6%
China, República Popular de	3781,9	2895,91	5%
Grecia	2304,1	2319,15	4%
Estonia	589	2253,53	4%
Suecia	846,6	2196,09	4%
Chile	511,9	507,65	1%
Total EXTRA-EUR27	15064,5	21144,99	39%
Total INTRA-EUR27	21987,3	32890,86	61%
Total	21866,2	34322,3	100%

0811900000 Los demás – arándanos 2008	Importación Volumen (1000 kg)	Importación Valor (1000 EUR)	Participación Mercado
Países Bajos	4295,5	5969,49	11%
Polonia	4812,8	5268,8	10%
Francia	1959,2	4536,04	8%
Canadá	1605,2	4207,64	8%
Italia	2566,4	3227,58	6%
Lituania	1070,9	3063,39	6%
Costa Rica	2475,8	2964,68	5%
Grecia	2309,5	2590,84	5%
Suecia	709,8	1864,73	3%
Chile	930,1	1455,69	3%
Total EXTRA-EUR27	15365,1	21254,43	39%
Total INTRA-EUR27	21753,9	33235,13	61%
Total	37119	54489,56	100%

POTENCIAL DEL PRODUCTO.

Los berries congelados provenientes de Chile ocupan en este momento una posición importante en la industria belga de alimentos procesados (helados, postres, jugos,...) donde los precios son variables y bastante bajos a causa de la gran competencia en este mercado. La industria belga confirma la calidad de la oferta chilena y por eso están en una posición favorable comparada con la producción en el oeste de Europa. Los principales clientes son empresas que utilizan la fruta como materia prima y la transformarán en productos finales como helados, dulces y confites, mermelada, etc. Bélgica es el segundo exportador de alimentos procesados y tiene gran know-how en esta área.

Otro sector profesional interesante es Horeca (restaurantes, bares, hoteles,...) donde el consumo de berries es creciente y durante todo el año. Bélgica es el país con el mayor número de restaurantes por km², con estrellas Michelin en el mundo. La cultura gastronomía de los belgas y la gran calidad de cocineros hace que busquen productos de primera calidad durante todo el año. El sector belga de productos congelados abastece a ellos berries de primera calidad a precios interesantes.

Además tiene potencial de crecer su participación en el mercado del consumidor final. Este último tiene gran potencial de crecimiento ya que los mayoristas reconocen la calidad de los productos chilenos. Un segmento particularmente interesante dirigido al consumidor final es el de los berries orgánicos congelados.

Con respecto al consumo de fruta, una familia promedio gasta una 17% de presupuesto para alimentos en frutas y verduras. Este porcentaje ha sido estable durante los últimos años gracias a las campañas de promoción para la comida sana y la dieta mediterránea. Todos los berries procedentes de Chile son consumidos por el consumidor belga. El consumidor de este tipo de producto favorece productos que son fáciles y de rápida preparación

Algunas tendencias en el mercado son:

- Comprar porciones más pequeñas listas para el consumo
- Los frutos de bosque se consumen a lo largo de todo el año.
- Consumidores belgas están dispuestos a pagar más por productos saludables
- Aumento en la demanda a frutas orgánicas.

Un sector creciente entre los congelados son los alimentos congelados orgánicos. Cada vez más puntos de venta de productos orgánicos (también de cadenas importantes) para poder abastecer la gran demanda del consumidor final. Razones por esta corriente son el interés en la salud y el medio ambiente.

PRECIOS DE REFERENCIA RETAIL (US\$) Y MAYORISTA.

En 2008 el precio promedio CIF era de €1,90 al kilo para las frambuesas congeladas, €1,11 al kilo para fresas congeladas y €1,47 al kilo para los demás berries congelados.

Para estimar los precios al por mayor y mayoristas se debe agregar un 6% de IVA, un margen de cerca un 10-20% del importador, 20%-30% del distribuidor y entre un 10% y un 20% del retailer. En Bélgica se trabaja con menos intermediarios.

Algunos precios para el consumidor final:

- frambuesas 1 kg	>>	€ 5,84 kg
- arándanos rojas 1 kg	>>	€ 4,29 kg
- fresas 1 kg	>>	€ 4,19 kg

ESTRATEGIAS Y CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN UTILIZADAS POR LA COMPETENCIA

Los principales clientes son empresas que utilizan la fruta como materia prima y la transforman en productos finales como helados, dulces y confites, mermelada, etc. Esto implica que se debe concentrar los esfuerzos en estos clientes (Agroindustria y Horeca) y no tanto en el consumidor final. Además las campañas Business to Business son menos costoso para el exportador chileno y más rentable. Algunos ejemplos de campañas son: invitar compradores a Chile, hacer un tasting de fruta chilena congelada en conjunto con la asociación de alimentos procesados FEVIA.

Los instrumentos más frecuentes de promoción en Europa son las ferias sectoriales y publicidad en revistas especializadas. Por lo que se refiere a las primeras, éstas son una excelente plataforma de imagen, contactos e información (ver más detalles en 10).

CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN

Industria

Bélgica juega un rol importante en la distribución de fruta congelada. Los dos multinacionales Ardo (www.ardo.com) y Pinguin (www.pinguin.be) dominan el mercado de frutas y hortalizas congeladas en Europa. Además existen otras empresas belgas que están especializadas en la compra y venta de este tipo de productos. Todos tienen sus plantas propias para congelar, compran fruta congelada en el extranjero para distribuirlo después y además compran directamente al productor de materia prima.

Consumidores finales

Los berries congelados no se encuentran en cada supermercado, solamente en los hipermercados, el supermercado especializado "O'Cool" y en Colruyt.

O'Cool (www.ocol.com) es una cadena de supermercados que solamente ofrece productos congelados (carne, fastfood, hortalizas...). Tienen más 50 puntos de venta en Bélgica.

Colruyt (www.colruyt.be) es el 'discounter' belga que recién sobrepasó a Carrefour en ventas. Colruyt se convirtió en el nuevo líder de la gran distribución en Bélgica. Cerca de un consumidor sobre cuatro escoge ahora a Colruyt. La crisis obviamente tiene su influencia en este éxito, tanto más que los "hard discounters" (Aldi et Lidl) siguen tomando cuotas de mercado. Desde siempre Colruyt sólo tiene un discurso único: precios bajos.

Otro canal de distribución importante las empresas que ofrecen el servicio de entrega a domicilio para productos congelados. Las empresas más importantes son Eismann (www.eismann.be) e Ijsboerke (www.ijsboerke.be).

CARACTERÍSTICAS DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO RETAIL Y MAYORISTA

Para la industria

Al ser utilizadas principalmente en la agroindustria e importadas directamente por éstas, las fresas, frambuesas y moras congeladas se comercializan en cajas de cartón con bolsas de polietileno de 1x10kg, 4x2,5kg, 5x1kg y/o 1x12kg.

Para el consumidor final

En supermercados se encuentran en bolsas plásticas o cajas de cartón de 450gr.



Punto de venta:	COLRUYT
Marca:	RINGIS
Producto:	frambuesas 1 kg
Precio:	€ 5,84 kg
Características:	Malling, max. 5% roto
País:	Hungría



Punto de venta:	COLRUYT
Marca:	D'LIS
Producto:	arándanos rojas 1 kg
Precio:	€ 4,29 kg
Características:	Clase A - diámetro 4-8 mm
País:	Finlandia y Suecia



Punto de venta: COLRUYT
Marca: Dira
Producto: fresas 1 kg
Precio: € 4,19 kg
Características: Camarossa, kal. 2535 mm
País: Marruecos



Punto de venta: O'Cool
Marca: Crop's
Producto: frambuesas 1 kg
Precio: € 6,12 kg
Características: /
País: Serbia / Bulgaria



Punto de venta: O'Cool
Marca: Crop's
Producto: arándanos 450gr
Precio: € 2,89 kg
Características: /
País: Serbia / Thornfree

SUGERENCIAS Y RECOMENDACIONES DEL DIRECTOR COMERCIAL SOBRE LA ESTRATEGIA A SEGUIR PARA LA PENETRACIÓN O COLOCACIÓN, MANTENCIÓN Y/O CONSOLIDACIÓN DEL PRODUCTO CHILENO

Como el mercado de productos congelados en general sigue creciendo, se detectan buenas posibilidades y perspectivas en el futuro. Sin embargo, hay que observar el nivel de precios de la competencia y la entrada al mercado de nuevos competidores.

Las acciones más importantes deben ir dirigidas a la Agroindustria belga, existen varias posibilidades para conquistar este sector:

- Realizar misiones comerciales.
- Invitar a los responsables de compra de empresas de la Agroindustria y a periodistas especializados a Chile para darles a conocer las características y la calidad del producto.
- Realizar una campaña de marketing en cual se relaciona gran calidad y competitividad con el origen chileno.
- Buscar coherencia entre el sector de alimentos procesados belga y chileno
- Participar en ferias nacionales e internacionales del sector.

FERIAS Y EVENTOS LOCALES A REALIZARSE EN EL MERCADO EN RELACIÓN A LOS PRODUCTOS

- **Anuga:** Feria de alimentos más considerada a nivel mundial, tiene sector especializados en 10 diferentes rubros.

Fecha: Cada dos años (13-17 de octubre 2007)
Lugar: Köln
Expositores: 6500
Visitantes: 170.000
Fono: +49 (0)180 520 42 20
Fax: +49-221-821-3410
Web: www.anuga.de

- **Fruit Logística:** Comercialización y Logística de productos hortofrutícolas

Fecha: Febrero de cada año
Lugar: Berlín
Expositores: 1.600
Visitantes: 36.000
Fono: +49-30-3038-0
Fax: +49-30-38-2120
Web: www.fruitlogistica.de

- **BioFach:** Feria de productos orgánicos

Fecha: Febrero de cada año
Lugar: Nürnberg
Expositores: 2.000
Visitantes: 38.000
Fono: +49-911-8606-4909
Fax: +49-911-8606-4908
Web: www.biofach.de

- **FERIA SIAL:** Feria internacional de los productos alimenticios.

Fecha: noviembre 2010
Lugar: Paris
Web: www.sial.fr

FERIAS NACIONALES

- **HORECA EXPO:** feria de alimentos dirigido al sector Horeca

Fecha: noviembre década año
Lugar: Gante
Fono: +32 9 241 92 11
Fax: +32 9 241 94 75
E-mail: horeca@flandersexpo.be
Página Web: www.horecaexpo.be

OTRA INFORMACIÓN RELEVANTE

- **Sitios Web de la Unión Europea:**

- **Export Helpdesk** es un servicio en Internet prestado por la Comisión Europea para facilitar a los países en desarrollo el acceso a los mercados de la Unión Europea. Gratuito y de fácil utilización, este servicio proporciona información a los exportadores de los países en desarrollo interesados en suministrar el mercado de la UE.

http://export-help.cec.eu.int/index_es.html

- **Servicio Agrario y Ganadero de Chile:** El Servicio apoya integralmente el proceso de globalización comercial, especialmente las exportaciones e importaciones. En el rubro apícola podrá encontrar mucha información útil como exportador

- **Supermercados en Bélgica:**

O'Cool (congelados) www.ocol.com

Colruyt: www.colruyt.be

Delhaize: www.delhaize.be

Makro www.makro.be

Carrefour – GB www.carrefour.be

Mestdagh www.champion.be

ISPC www.ispc-int.com

(solamente para profesionales del sector

Horeca)

