

PERFIL DE MERCADO NUECES DE NOGAL - ALEMANIA

ProChile Hamburgo, Mayo 2006

NUECES DE NOGAL CON CASCARA

CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO CHILENO SACH: 0802.3100

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO: Nueces de nogal con cáscara, frescas o secas

CÓDIGO TARIC (Unión Europea): 0802.3100

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO en alemán: Walnüsse in der Schale (*juglans regia.L.*)

SITUACIÓN ARANCELARIA Y PARA-ARANCELARIA

ARANCEL GENERAL: 4% arancel terceros países

ARANCEL PREFERENCIAL PRODUCTO CHILENO: 0%

OTROS PAÍSES CON VENTAJAS ARANCELARIAS

Diversos países gozan de una preferencia arancelaria **libre**; entre ellos Moldavia e India, México 2,1% y el principal proveedor EEUU paga un arancel de 4%.

OTROS IMPUESTOS: IVA 7%

REQUISITOS Y BARRERAS DE INGRESO

Informaciones generales en inglés sobre exportaciones a Alemania respecto a calidad, características, presentación, inscripciones, envases, estado higrométrico etc. de nueces de nogal con cáscara se puede examinar en la página web del BLE (Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung – Instituto Federal de Agricultura y Alimentación) <http://www.ble.de/index.cfm/93FBB064E8894C8285511CE3FD9F2B4A> . Este decreto es válido desde el 1.septiembre de 2001 y obligatorio entre los Miembros de la Unión Europea.

NORMAS DE COMERCIALIZACIÓN

Nueces de Nogal con cáscara /Walnüsse in der Échale (resumen de la normativa de comercialización, ésta es igualmente válida para la nuez sin cáscara)

I. Disposiciones relativo a la calidad

A. Características mínimas

La **cáscara**: entera, sana, exenta de parásitos, limpias, exentas de materias extrañas visibles, seca y libre de restos de la cáscara exterior verde.

La **nuez**: sana, firme, libre de parásitos e insectos, limpia de restos visibles de sustancias ajenas, exenta de ranciedad, carencia de aspecto aceitoso y de moho, un grado normal de humedad y no debe estar endurecido.

La nuez con cáscara deberá alcanzar un estado de madurez suficiente en el momento de la cosecha.

La cáscara podrá lavarse y blanquearse a condición de que el tratamiento aplicado no afecte la calidad de la fruta.

Humedad: En el caso de las nueces secas, el contenido de humedad de la nuez entera y nut no deberán superar un 12% y un 8%, respectivamente.

El contenido natural de humedad de la nuez de nogal fresca y entera deberá ser igual o superior a un 20%.

B. Clasificación

-categoría extra (*Klasse Extra*) :

Calidad superior, presentan los rasgos típicos de la variedad, las mezclas carentes de indicación de las variedades, no se pueden incluir en esta categoría. Además, solo se pueden clasificar en esta categoría aquellas de la cosecha más reciente.

-clase I (*Klasse I*):

Deben ser de buena calidad y presentar rasgos típicos de la variedad, se permite ligeros defectos si no se perjudica el aspecto general del producto y su calidad.

-clase II (*Klasse II*):

Se incluyen las nueces con cáscara que no corresponden al clase Extra y I pero corresponden a los requisitos mínimos mencionado

Disposiciones con respecto al calibrado – indica diámetro mínimo y máximo

	Calibrado	Cribado
Extra, I y II		34 mm y más
	32-34 mm	32 mm y más
	30-32 mm	30 mm y más
	28-30 mm	28 mm y más
I y II	26-28 mm	26 mm y más
II	24-26 mm	24 mm y más

Disposiciones relativas a las tolerancias

A. Calidad:

Defectos admitidos	Tolerancias admitidas (N° y/o peso de frutos defectuosos en %)		
	EXTRA	Categoría I	Categoría II
Tolerancia total de defectos de la cáscara	7	10	15
Tolerancia total de defectos del fruto comestible	8	10	15
Nueces rancias, podridas o dañadas por insectos	3	6	8
nueces con moho	3	4	6

B. Impurezas minerales: Las cenizas insolubles en ácido no deben superar 1g/kg.

C. Calibre: En todas las categorías se admitirán, como máximo un 10% en número o en peso de nueces con cáscara que **no cumplan el calibre** indicado en el mercado, siempre que las nueces correspondan : al calibre inmediatamente inferior o superior en el caso de que el calibre esté expresado por diámetros mínimo y máximo.

Disposiciones relativas a la presentación:

A. Homogeneidad

El contenido de cada envase debe ser homogéneo, incluyendo únicamente nueces con cáscara del mismo origen, año de cosecha, calidad y calibre. Cuando el producto se presente en un mismo envase con el nombre de una variedad, una mezcla de variedades definida o un tipo comercial, se admitirá, como máximo un 10% en número o en peso de nueces con cáscara que pertenezcan a otras variedades y/o a otros tipos comerciales.

La parte visible del contenido del envase tendrá que ser representativa **del conjunto**

B. Envase

El envase debe proteger el producto en forma conveniente. Los materiales deben ser originales, limpios y de un componente que no provoque alteraciones internas ni externas al producto. Se admitirá uso de material como papeles o sellos que lleven indicaciones comerciales siempre que la impresión o el etiquetado se hagan con tintas o pegamentos que no sean tóxicos.

C. Presentación

Todos los envases pertenecientes a un mismo lote deberán tener el mismo peso.

Disposiciones relativas al marcado

A. Identificación

El nombre y la dirección del envasador y/o del despachador

Esta indicación puede ser sustituida:

-en todos los envases, salvo los preenvases por el código de despacho o reconocido oficialmente que represente al envasador y/o despachador, precedido de los términos "envasador - despachador" o una abreviatura equivalente.

B. Naturaleza del producto

- "Frische Walnüsse" oder "SchälNüsse" para nueces frescas
- "Walnüsse" oder "getrocknete Walnüsse" para nueces secas

-Nombre de la variedad o de la mixtura definida en el caso de la categoría Extra; Nombre de la variedad, de la mezcla definida y/o tipo comercial para la categoría I

C. Origen del producto

-País de origen, zona de producción, denominación nacional, regional y/o local.

D. Características comerciales

- Categoría
- Calibre, expresado por diámetro mínimo y máximo o mínimo seguido de "+"
- Denominación de calibre (permitido)
- Año de la cosecha (obligatorio para categoría Extra y I, optativo para II)
- Peso neto
- Fecha de envase (obligatorio para nueces frescas y acordado para las secas)
- Fecha de duración mínima (optativo) para las nueces frescas, la indicación "Zum baldigen Verzehr bestimmt, vorzugsweise kühl lagern", o "von begrenzter Haltbarkeit-kühl lagern" = conservación suficiente y al fresco.

E. Sello de control oficial (optativo)

Texto completo en la Normativa UE y Disposiciones de la BLE – <http://www.ble.de>
(Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung) Instituto Federal de Agricultura y Alimentación –

Esta Institución publica normas de comercialización ver „Pflanzliche Erzeugnisse“ „Obst und Gemüse“ „Vermarktungsnormen“ „**Walnüsse** – versión consolidada en alemán, se está preparando documentos en idioma inglés y francés, link directo por <http://www.ble.de/index.cfm/93FBB064E8894C8285511CE3FD9F2B4A>

El texto publicado por la BLE incluye los cambios de las correspondientes normativas de la UE. Texto UE disponible en Consleg- revisar link en la última parte de este documento.

Ejemplo del etiquetado para envases de nueces deshidratadas :

Californian Nut Growers, Ltd.
Redondo Beach, CA 90277, USA

Walnuts "Hartley"

Crop Year: 2005

Jumbo (32 - 34 mm)

USA 12,5 kg Class: I

Fuente: <http://www.kennzeichnungsrecht.de>

Para las nueces de nogal sin cáscara Walnusskerne se aplican las disposiciones con respecto a nuts en la misma normativa y los "UN/ECE – Standards

Seguridad alimentaria

Trazabilidad – (Rückverfolgbarkeit): Desde 1 de enero 2005 está vigente el artículo No. 18 de la regulación Reglamento (CE) no 178/2002 del Parlamento Europeo y del Consejo de 28 de enero de 2002, por el que se establecen los principios y los requisitos generales de la legislación alimentaria; se crea la Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria y se fijan procedimientos relativos a la seguridad alimentaria". Texto completo en el diario oficial L131 del 1 de febrero 2002. (Búsqueda por EUR-Lex)

LEY DE CONTAMINANTES « Schadstoff-Höchstmengen-Verordnung (SHmV)
revisar más adelante

ESTADÍSTICAS - IMPORTACIONES (CIF)

AÑO 2005 OFICIALES (provisorias)
(0802310000- Nueces de nogal con cáscara)

PRINCIPALES PAÍSES DE ORIGEN	CANTIDAD (ton)	MONTO (Miles US\$)	% DE PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO
Estados Unidos	6380,5	15037	50,02
Francia	4588,8	11792	39,36
Chile	397,9	1242	4,15
Eslovaquia	193,6	743	2,48
Hungría	193,4	558	1,86
SUBTOTAL	11754,2	29372	98,05
TOTAL IMPORTADO	11975,0	29957	100

AÑO 2004
(0802310000- Nueces de nogal con cáscara)

PRINCIPALES PAÍSES DE ORIGEN	CANTIDAD (ton)	MONTO (Miles US\$)	% DE PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO
Estados Unidos	13155,9	28769	74,32
Francia	3315,8	7564	19,54
Hungría	342,0	871	2,25
Chile	311,9	744	1,92
Países Bajos	137,0	316	0,82
SUBTOTAL	17263	38264	98,85
TOTAL IMPORTADO	17552,8	38711	100

AÑO 2003
(0802310000 nueces de nogal con cáscara)

PRINCIPALES PAÍSES DE ORIGEN	CANTIDAD (ton)	MONTO (Miles US\$)	% DE PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO
Estados Unidos	7.694	14.917	65,57
Francia	2.851	5.670	24,92
Chile	640	1.113	4,89
Bulgaria	194	252	1,11
Hungría	158	380	1,67
SUBTOTAL	11.537	22.332	98,16
TOTAL IMPORTADO	11.781	22.751	100

AÑO 2002

(0802310000 nueces de nogal con cáscara)

PRINCIPALES PAÍSES DE ORIGEN	CANTIDAD (ton)	MONTO (Miles US\$)	% DE PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO
Estados Unidos	8.418	16.454	69,17
Francia	3.202	6.283	26,41
Chile	180	374	1,57
Hungría	160	336	1,41
Países Bajos	51	140	0,59
SUBTOTAL	12.011	23.587	99,16
TOTAL IMPORTADO	12.150	23.788	100

NUECES DE NOGAL SIN CASCARA

CÓDIGO SISTEMA ARMONIZADO CHILENO SACH: 0802.3210

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO: Nueces de nogal enteras, sin cáscara, frescas o secas

CODIGO TARIC (Unión Europea): 0802.3200

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO: Walnüsse ohne Schale/Walnusskerne

SITUACIÓN ARANCELARIA Y PARA-ARANCELARIA

ARANCEL GENERAL: 5,1% arancel terceros países

ARANCEL PREFERENCIAL PRODUCTO CHILENO: 0%

OTROS PAÍSES CON VENTAJAS ARANCELARIAS:

Diversos países gozan arancel preferencial **libre**; entre ellos Rumania y Bulgaria. Otros países disfrutan un marco preferencial más bajo como China (1,6%) e India (1,6%). EEUU paga un arancel de 5,1%.

OTROS IMPUESTOS: IVA 7%

REQUISITOS Y BARRERAS DE INGRESO: ver en nueces de nogal con cáscara

ESTADÍSTICAS - IMPORTACIONES (CIF)

AÑO 2005 OFICIALES (provisorias)

(0802.3200 Nueces de nogal enteras, sin cáscara, frescas o secas)

PRINCIPALES PAÍSES DE ORIGEN	CANTIDAD (ton)	MONTO (Miles US\$)	% DE PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO
Estados Unidos	4608,9	24369	48,14
Francia	1322,1	8336	16,47
India	1021,9	4479	8,85
Chile	448,8	3717	7,34
Moldavia	736,9	3362	6,64
SUBTOTAL	8138,6	44263	87,44
TOTAL IMPORTADO	9582,9	50622	100,00

AÑO 2004 (0802.3200 Nueces de nogal enteras, sin cáscara, frescas o secas)

PRINCIPALES PAÍSES DE ORIGEN	CANTIDAD (ton)	MONTO (Miles US\$)	% DE PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO
Estados Unidos	5883,4	27662	55,21
Francia	1276,8	8080	16,13
Chile	522,6	3728	7,44
Moldavia	923,3	3583	7,15
India	701,0	2613	5,22
SUBTOTAL	9307,1	45666	91,15
TOTAL IMPORTADO	10507,1	50099	100

AÑO 2003

(0802.3200 Nueces de nogal enteras, sin cáscara, frescas o secas)

PRINCIPALES PAÍSES DE ORIGEN	CANTIDAD (ton)	MONTO (Miles US\$)	% DE PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO
Estados Unidos	3.396	17.948	46,77
Francia	1.262	7.138	18,60
Moldavia	826	3.006	7,83
India	737	2.747	7,16
<i>Chile (Pos. 6)</i>	<i>380</i>	<i>2.315</i>	<i>6,03</i>
SUBTOTAL	6.601	33.154	86,40
TOTAL IMPORTADO	8.113	38.373	100

AÑO 2002

(0802.3200 Nueces de nogal enteras, sin cáscara, frescas o secas)

PRINCIPALES PAÍSES DE ORIGEN	CANTIDAD (ton)	MONTO (Miles US\$)	% DE PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO
Estados Unidos	2.802	12.647	41,64
Francia	1.171	5.950	19,59
India	968	3.169	10,43
Moldavia	538	1.952	6,43
<i>Chile (Pos. 7)</i>	<i>255</i>	<i>1.715</i>	<i>5,65</i>
SUBTOTAL	5.734	25.433	83,73
TOTAL IMPORTADO	7.197	30.375	100

POTENCIAL DEL PRODUCTO

Independientemente de los factores tradicionales de la oferta a nivel mundial, los atractivos volúmenes de óptima calidad de nueces de nogal provenientes de países como Estados Unidos y Francia han logrado mantener el liderazgo en el mercado consumidor alemán en los últimos años. Otros proveedores relevantes como India, China y Moldavia han ampliado su participación del mercado en los años recientes.

En esta perspectiva, Chile es considerado como proveedor de buena calidad por los importadores, agentes y canales de distribución, gozando de una posición destacable y con una participación que alcanzó 7,34% del mercado importador en el año 2005. Esto se debe también, a que continúan las condiciones favorables de demanda y consumo estimuladas por el apoyo de diversos artículos médicos publicados relacionados con la salud y su valor nutritivo.

A principios de los años noventa el consumo de nueces llegó a unas 3.000 toneladas, diez años más tarde, se elevó el consumo en más de 7.000 toneladas en el mercado alemán. En general el consumo de nuez ha mantenido un crecimiento permanente debido a calidades excelentes y campañas de marketing bastante exitosas de todos los países proveedores. Tanto es así, que el mercado detallista de alimentos ha dispuesto ofrecer nueces durante todo el año y no como antes, que sólo se proporcionaba en determinadas épocas de festividades. La producción alemana de nuez llegó a unas 16.000 toneladas. Por otro lado, se observa que las importaciones de nueces con cáscara decrecieron con respecto al año anterior y las sin cáscara conservaron su volúmenes a un nivel similar al 2004.

La producción total de nuez de nogal en la Unión Europea llegó a unas 145.210 toneladas en 2005, un 20% se produce en Francia con cerca de 30.000 ton, otros miembros de la UE cosecharon volúmenes que alcanzan a :España 22.000 ton., Grecia 21.500 ton. e Italia 16.000 ton. Otros mercados productivos cosecharon volúmenes (con cáscara) USA 355.000, China 315.000, Turquía 133.000 e Irán con una 150.000 toneladas métricas. Mientras tanto, la producción local de nuez abarcó unas 16.000 toneladas el año pasado. (inf : faostat y The Craker Magazine)

Productos orgánicos: El consumo de productos orgánicos sigue creciendo de manera significativa, la apertura de nuevos puntos de venta y un mayor interés de parte de los grandes retailers, demuestra la representatividad y fortaleza de venta de este segmento alimentario. Por esta razón, se observa un amplio potencial para nueces orgánicas, esta

señal se puede sustentar por continuas y concretas demandas recibidas en la Oficina de ProChile en Hamburgo.

PERFIL DEL PRODUCTO

El consumo de nueces con cáscara así como nueces sin cáscara se promueve durante todo el año, especialmente en festividades muy tradicionales como en la época navideña. Costumbres populares de esta región celebran tradicionalmente el día de San Nicolás (6 de diciembre), en que se ofrece manzanas, galletas y nueces a los niños, acrecentando notablemente el consumo de esta nuez.

Las nueces no sólo se consumen como snack, sino también como ingrediente en la fabricación de dulces y confitería, pastelería y otros postres. Se utiliza en la fabricación de panes para el desayuno (Brötchen), en la línea de helados se emplean nueces de nogal, se fabrica una variedad muy popular envasado por la empresa Mövenpick Eis.

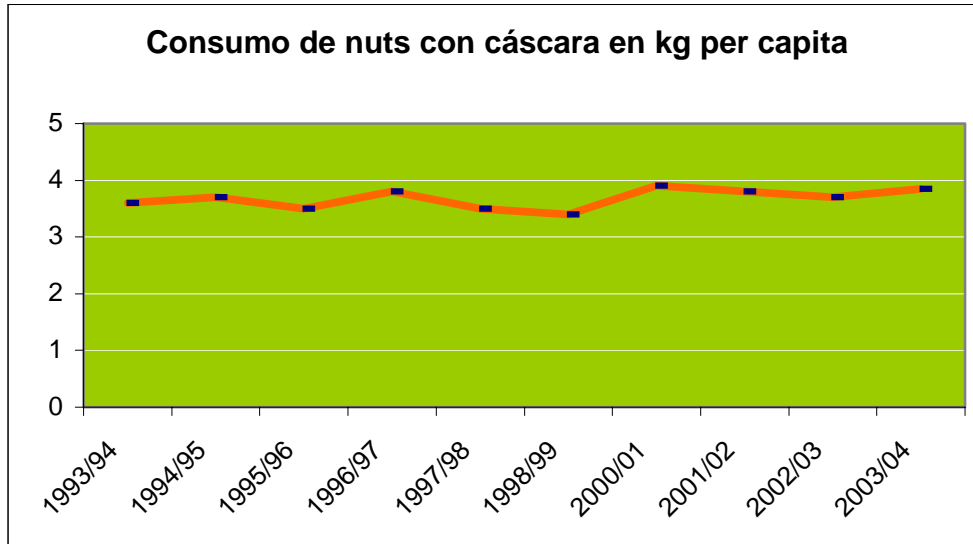
Asimismo, en la cocina sofisticada la nuez es un refinado ingrediente, se puede añadir a ensaladas o salsas diversas. Pero también, en el ámbito del delicatessen, se disfruta de las nueces acompañado de un vaso de vino conjuntamente con una variedad de quesos.

Hoy en día, las nueces han logrado un sitio permanente de una alimentación sana y equilibrada, tema muy valorado en la discusión pública dietética y médica en Alemania. Se ha revelado que las nueces aportan una parte importante de omega 3 de ácidos grasos, antioxidantes, substancias minerales, vitaminas B y albúminas que son necesarias para el organismo. Por lo tanto, el hábito de consumo de los alemanes actualmente es regular, es decir, degustan entre cinco a doce nueces por día a objeto poder reconstruir la elasticidad de las arterias y evitar así, enfermedades cardíacas.

Además, pertenecen a los productos alimentarios que contienen propiedades nutricionales y de substancias con valor funcional contra algunos tipos de cáncer. A pesar de que contienen un alto porcentaje de grasas, a causa de sus ácidos grasos poliinsaturados, las nueces son bastante efectivas para reducir el volumen de colesterol negativo. Evidentemente, es muy importante para las personas que sufren de diabetes, por ejemplo hay más de cinco millones de ciudadanos alemanes que sufren de esta enfermedad. En resumen, las nueces mejoran la calidad de vida y son muy fáciles de integrar en las dietas alimentarias de los seres humanos.

CONSUMO DE FRUTAS CON CÁSCARA

Se comprueba que el consumo de nuts con cáscara mantiene una tendencia sostenida pero con una leve señal de incremento durante el último año según se muestra en el gráfico:



(fuente Warenverein Hamburg)

Las de cáscaras incluyen almendras, nueces de nogal, avellanas, cashew, pistachos, pecan, castañas, macadamia y otros.

PRECIOS DE REFERENCIA RETAIL Y MAYORISTA

PRECIOS DE IMPORTACIÓN

-Nueces de Nogal sin cáscara- "Walnusskerne"

Los niveles de precios varían según calidad y especificaciones del producto. A juzgar por intermediarios en la ciudad de Hamburgo, se puede obtener hasta US\$8.300 por tonelada, CIF y comisión incluido para la calidad extra light halves; US\$7.700 por la calidad "light".

El producto procedente de India se comercializa a niveles inferiores entre US\$ 4.000-5.000 por tonelada. Nueces de origen de Moldavia, productor importante y habría que agregar que sus volúmenes de exportación han demostrado un nivel de crecimiento constante, éstas se transan a precios entre US\$ 2.600-3.000 por tonelada por la calidad "broken".

De acuerdo a lo expresado por la Asociación de Importadores de Hamburgo, los precios se incrementaron en forma significativa en la temporada última comprendida 2004/05, a causa de un firme consumo a nivel mundial y local.

-Nueces de Nogal con cáscara-“Walnüsse in der Schale”

Precios nivel importación – Nueces de nogal con cáscara				
	2002	2003	2004	2005
California	US \$ 0,80/ lb Hartley 32 mm	US\$ 0,82/ lb Hartley 32 mm	0,88 US\$/ lb normal 32 mm +	US\$ 2.35/kg Normal 32 mm
Francia	2,45 €/ kg normal 32 mm +	1,30€/ kg normal 28 mm +	2,20€/ kg normal 32 mm +	US\$ 2.56/kg Normal 32 mm
Chile		1,90 €/kg normal 32 mm +	2,10 €/kg normal 32 mm +	US\$ 3.12/kg Normal 32 mm

PRECIOS CONSUMIDOR FINAL

Precios consumidor final – Hamburgo/Alemania abril – 2006					
Nueces de Nogal					
Lugar de compra (nombre del supermercado)	Empresa/ Marca	Productos	Envase	Orígen	Precio en Euro
Spar (grupo EDEKA) Supermercado	Kluth	Nueces sin cáscara	bolsa de 100 gms	Francia, Chile	2,49
Spar (grupo EDEKA) Supermercado	<i>Farmers Snack/Cucina</i>	<i>Nueces sin cáscara</i>	<i>bolsa de 125 gms</i>	<i>Francia, Chile</i>	2,99
Plus (Discounter)	Plus	Nueces sin cáscara	bolsa de 150 gms		2,29
Toom (Rewe) Supermercado http://www.rewe.de	Kluth	<i>Nueces con cáscara</i>	<i>bolsa de 500 gms</i>		2,99
Toom (Rewe) Supermercado http://www.rewe.de	Maryland	<i>Nueces sin cáscara</i>	<i>bolsa de 100 gms</i>		1,79
Toom (Rewe) Supermercado http://www.rewe.de	Maryland	<i>Nueces sin cáscara</i>	<i>bolsa de 250 gms</i>		4,99
Basic Supermercado orgánico http://www.basic-ag.de	Davert	<i>Nueces sin cáscara (broken) organico</i>	<i>bolsa de 200 gms</i>		2,99
Basic Supermercado orgánico http://www.basic-ag.de	Rapunzel	<i>Nueces de nogal (mitades) organico</i>	<i>bolsa de 100 gms</i>		2,29
Basic Supermercado orgánico http://www.basic-ag.de	Rapunzel	<i>Nueces de nogal (broken) organico</i>	<i>bolsa de 150 gms</i>		2,69
Rossmann Drogería http://www.rossmann.de	Seeberger	<i>Nueces con cáscara «Jumbo»</i>	<i>bolsa de 500 gms</i>	California	2,59
Rossmann Drogería http://www.rossmann.de	Seeberger	<i>Nueces sin cáscara</i>	<i>bolsa de 150 gms</i>	Francia, Chile	3,25

ESTRATEGIAS Y CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN UTILIZADAS POR LA COMPETENCIA

Los principales proveedores de nueces de nogal son los Estados Unidos, es decir California y Francia. California tiene su propia Comisión para el Desarrollo del Marketing en los mercados internacionales, *California Walnut Commission* (Comisión de Nueces de Nogal de California, CWC), página web <http://www.walnuts.org>. Esta comisión fue establecida en 1987 y responde a la administración del Estado Federal de California. Su papel prioritario es la gestión de marketing para las nueces californianas en el exterior y del mismo modo, reforzar la investigación alimentaria a nivel médico. Es financiado por aportes provenientes de los productores y colaborando conjuntamente con el *Secretary of the California Department of Food and Agriculture* (Departamento de Alimentación y Agricultura).

Esta Institución mantiene oficinas en Canadá, Alemania, Israel, Japón, Corea del Sur y España, apoyando a través de sus "portales web" con la información necesaria relacionada con la nuez de California en los idiomas respectivos de cada país. Así se entrega antecedentes a los consumidores y éstos se pueden imponer de todos aquellos aspectos sobre cultivo, cosecha, calidad, bodegaje y datos estadísticos. Además, ofrecen recetas culinarias con base de nueces y *un newsletter*. (página web en alemán <http://www.walnuss.de>). Se puede concluir que las sólidas actividades de promoción para nueces californianas cumple con un destacado grado de organización, preparando con gran esfuerzo campañas intensas de relaciones públicas. Según expertos de la industria, el éxito del sector se debe al Market Access Program de esta misma organización (MAP)

Actualmente la promoción de esta organización ya no se limita a la época tradicional de consumo fruta seca (Navidad) sino incluye otros periodos del año. En mayo 2006 salió nuevo material promocional que destaca el valor nutritivo de la nuez, destacando su valor para una alimentación equilibrada, recomendando este producto como preparación óptima para el verano y las actividades deportivas que tienen lugar en esta temporada.

Dos regiones importantes del cultivo de nueces de Francia: Grenoble en el sur oriental y Périgord en el sur occidental cumplen con el objetivo de apoyar un sello de calidad, el AOC (Appellation d'Origine Contrôlée). Estas nueces se venden bajo esta denominación sobre todo aquellas con cáscara y cuya calidad es muy superior, por lo tanto, de precios mayores. Sin embargo, no tienen establecido una organización que desarrolle una campaña de marketing y difusión en los mercados consumidores.

CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN

En el sector de proveedores de fruta seca alemán, existe una concentración de empresas importadoras o agentes especializados que manejan los mayores volúmenes comercializados, los cuales, al momento de negociar consolidan sus posiciones y condiciones de poder frente a sus clientes de la industria alimentaria local.

En la práctica, la mayoría de estas empresas (agentes e importadores) se reúnen en el WarenVerein de Hamburgo, la Asociación de Importadores de Hamburgo (<http://www.warenverein.com>). Esta Asociación incluye en su página web un directorio de socios en "Handelskontakte"

Como se ha dicho anteriormente, la industria de pastelería es un comprador importante de nueces, pero igualmente se venden en los supermercados como snack e ingrediente para preparar pastelería casera. Dos marcas muy conocidas en este sector son Schwartzau-Hero y Dr. Oetker, pero hay establecidas diversas otras marcas. Ejemplo: ver en <http://www.schwartzau-backwelt.de>. y <http://www.oetker.de>. Los proveedores de materias primas para la industria de pastelería y productos semi-procesados están reunidos en BSDI, la Asociación Gremial de Productos de Confitería (ver más adelante)

Las marcas más conocidas en la línea de snacks de nueces y fruta seca son "Seeberger" (<http://www.seeberger.de>) y "Kluth" (<http://www.kluth.com>). Estas dos empresas tienen una variedad de productos muy amplios y precios ventajosos según percibido por el comprador, prácticamente se venden en todos los supermercados del segmento alto y otros puntos de venta para el consumidor final. Además, se comercializan enormes volúmenes de fruta seca en los Discounter (supermercados de descuentos) bajo marcas propias.

CARACTERÍSTICAS DE PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO RETAIL Y MAYORISTA

Tal como se ha señalado, las marcas de snacks de más renombre de fruta seca y nuts en Alemania, son la empresa "Seeberger" y la empresa "Kluth". Estas dos compañías prefieren la nuez sin cáscara desde Chile y Francia; Seeberger por la variedad Fra; Kluth por la Cerneuax en invierno y de las variedades chilenas en verano (las más demandadas son Serr y Chandler). De igual manera, poseen una línea de nueces con cáscara (llamadas "Jumbo" de "Seeberger"), que proceden en primer lugar de Chile y California.

Normalmente, los supermercados que venden el tipo de nuez de nogal ofrecen de aquellos distribuidores conocidos como "Seeberger" y "Kluth", pero algunos distribuidores comercializan las nueces con cáscara a granel, es decir, el propio cliente puede escoger y pesar en forma directa su porción de nueces desde una caja o de una cesta grande. Esta práctica de venta "retail" de nueces son comercializadas en mercados ambulantes de barrios como en los supermercados, cuando las nueces locales tienen su temporada de cosecha, es decir no todo el año corrido.

"Seeberger" vende sus nueces sin cáscara en bolsas de 60, 150 o 500 gramos de color dorado. Los nueces con cáscara pertenecen a la línea "snacks para sibaritas", que se ofrece en bolsas azules de 500 gramos. La marca "Kluth" abarca en sus productos bolsas verdes y comercializa sus nueces sin cáscara en bolsas de 100 o 200 gramos.

Ejemplos de presentación "SEEBERGER"



Nueces sin cáscara en la bolsa de 150g. Envase parcialmente transparente.



Nueces con cáscara en la bolsa azul de 500g

NUECES DE NOGAL DE "KLUTH"



Nueces sin cáscara en la bolsa verde de 100g. Hay bolsas plásticas transparentes y no transparentes

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

Si bien, Chile representa una fracción muy pequeña de la producción y oferta mundial de nueces de nogal, se distingue como uno de aquellos productores relevantes del Hemisferio Sur. Esto le confiere una posición estratégica ideal para expandir sus exportaciones de nueces a los distintos mercados de la UE, especialmente al alemán, el cual es uno de los principales importadores a nivel internacional, tanto de nueces con y sin cáscara. La oferta mundial de nueces enfrenta una demanda potencial muy estable y adicionada por la presión del amplio mercado de China.

De acuerdo a las cifras determinadas por la demanda total Alemana, Chile juega una posición de influencia destacada entre los países proveedores a este mercado, manteniendo una fidelidad por parte del importador alemán por la nuez procedente desde Chile. Hay que señalar, que la nuez chilena es apreciada por sus atributos de calidad, propiedades e ingredientes de valor nutricional y estimulado por diferentes estudios que muestran que consumiendo nueces se reduce las enfermedades del corazón y por cierto, por un obstinado interés de parte del consumidor alemán por conservar una vida cada día más saludable.

Esto se traduce que Chile, debería aprovechar su ventaja arancelaria mientras, que la competencia, Estados Unidos, tiene que pagar una tasa de 4% para nueces con cáscara y un arancel de 5,1% para nueces sin cáscara y también, las favorables condiciones de tipo de cambio en relación al valor del euro .

Es indiscutible la relevancia de haber establecido un Acuerdo Comercial con la UE, que permite un mayor acceso a este atractivo mercado. El producto chileno ya se encuentra en una fase de crecimiento y disponibilidad en diversos puntos de distribución favoreciendo así, la entrada de nuevos productores/exportadores al mercado alemán.

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

Las Ferias más relevantes del sector Alimentación en Alemania son:

Anuga

Fecha: Cada dos años (13-17 de octubre 2007)

Lugar: Köln

Expositores 2005: 6.294

Visitantes 2005: 161.000

Fono: +49 (0)180 520 42 20

Fax: +49-221-821-3410

Web: <http://www.anuga.de>

Feria de alimentos más considerada y visitada a nivel mundial, 10 sectores especializados de diferentes rubros de la industria alimentaria. Prochile participa y está presente con un pabellón institucional en el área "Fine Food".

Fruit Logística – Comercialización y Logística de productos hortofrutícolas

Fecha: Febrero de cada año (8-10 de febrero 2007)

Lugar: Berlín

Expositores 2006: 1.613 (1385 del extranjero de 64 países)

Visitantes 2006: 35.992 (27.246 extranjeros de 112 países)

Fono: +49-30-3038-0

Superficie: 59.981 m²

Fax: +49-30-38-2120

Web: <http://www.fruitlogistica.de>

E-Mail: fruitlogistica@messe-berlin.de

Cita obligada de sector hortofrutícola en Europa, esta feria muestra un crecimiento potente en los últimos años (en 2006 se comprobó un crecimiento de más 30% de visitantes comparado al año anterior) y reúne a todo el universo frutícola. **Además, cubre el mercado de fruta seca, almendras y nueces. Las principales empresas internacionales están presentes con stand o visitan la feria.**

BioFach

Feria de productos orgánicos

Web: Fecha: Febrero de cada año (15-18 de febrero 2007)

Lugar: Nürnberg

Expositores 2006: 2.089

Visitantes 2006: 37.426

Fono: +49-911-8606-4909

Fax: +49-911-8606-4908

Web: <http://www.biofach.de>

Se admiten sólo productos orgánicos con certificación orgánica según legislación UE. Directorio de empresas expositores y información del sector, la Biofach publica un Newsletter en varios idiomas con noticias del sector orgánico a nivel alemán, europea y mundial (también español)

ISM-Cologne – Feria de dulces

Fecha: Enero/Febrero cada año, 28 de enero al 1 de febrero 2007

Lugar: Colonia

Expositores 2006: 1634

Visitantes 2005: 34.000

Fono: +49-821-0

Web: <http://www.ism-cologne.de>

Principal feria de industria de dulces, pastelería y snacks, sitio Web con directorio de empresas.

Pro Sweets, Cologne Nueva Feria de proveedores de industria de dulces

Fecha: 29 de enero al 01 de febrero 2007

Lugar: Colonia

<http://www.prosweets.de>

Esta feria se celebró por primera vez en 2006, parcialmente paralela a la ISM Cologne. Mientras la ISM muestra el producto a nivel consumidor final, esta feria quiere exponer proveedores e ingredientes para la industria de dulces. Así mismo, maquinarias y otros servicios involucrados con este sector.

<http://www.auma.de>: portal de información general sobre las ferias en Alemania en 4 idiomas (inglés, francés, español)

iba

Fecha: 3-9 de Octubre 2006

Lugar: München

Expositores: 1.037

Visitantes 2000: 81.194 (solo visitantes profesionales)

Superficie: 129.000 m²

Fono: +49 (089) 949 55-110

Fax: +49 (089) 949 55-119

Web: www.iba.de

Email: katnani@ghm.de

Feria de la panadería, según página web es la más importante feria de referencia internacional en el sector de la industria de la panificación, de panaderos y reposteros. Pero también importante para la gastronomía, los grandes comedores y el comercio minorista.

FUENTES DE INFORMACIÓN EN INTERNET

ASOCIACIONES GREMIALES CON DIRECTORIOS DE EMPRESAS E INFORMACION DE MERCADO

<http://www.waren-verein.de> **Warenverein Hamburg**: Asociación profesional a nivel federal para el comercio de frutas, hortalizas, jugo y pescados en conserva y congelados, fruta deshidratada, miel y otros (sólo en alemán). En la página web está disponible un directorio del comercio para ingresar: seleccionar "**Handelskontakte**", se puede elegir

inglés y elegir las empresas por producto.

<http://www.bdsi.de> - **Bund der Deutschen Süßwarenindustrie**, Asociación de productos de dulcería. En esta asociación se reúnen todo tipo de empresas productoras de snacks dulcería y salados también, incluye helados y chocolates. Igualmente, hay una sección de proveedores para industria de dulces – “Food Ingredient”s con un directorio de socios y links a empresas importantes del sector. Las empresas del sector dulces se encuentran en el listado “Zuckerwaren” “Mitgliedsunternehmen”

<http://www.markeneis.de> Sitio web de las **empresas productores de Helados**, tb. con información de mercado. “Daten und Zahlen”, el directorio de socios se encuentra en “Mitgliedsfirmen”

<http://www.nucis.de> -**NUCIS e.V. – Gesund mit Nüssen.** : Asociación que se dedica a la promoción de fruta con cáscara a base de información científica sobre alimentación sana, publica información nutricional, existe desde octubre 2003

<http://www.esa.org.uk>: **European Snack Association**: Asociación de los productores de snack salados (patatas fritas etc., nueces etc.) Directorio de socios en “Links” Organiza cada 2 años conferencia y feria de snack “Snackex” ultima versión en junio 2005.

<http://www.treenuts.org> **International Tree Nut Council**, Consejo Internacional de Nueces, información sobre nueces, estadísticas en inglés

<http://www.frucom.org> - Organización techo de las asociaciones nacionales de importadores de fruta seca y productos relacionados, en Alemania representado por el Warenverein.

Búsqueda de empresa y direcciones en Alemania:

<http://www.sachon-exportadressbuch>: Directorio de exportación, incluye empresas importantes del rubro alimentación, se encuentran clasificados por rubros, en idioma alemán, inglés, español.

<http://www.wlw.de>

búsqueda de empresas en inglés y alemán, incluye empresas de otros países europeos.

SITIOS WEB AUTORIDADES ALEMANAS GENERALES

Aduana

<http://www.zoll-info.de>: Sitio web del Servicio de aduana alemán con link al TARIC

Legislación sobre alimentos

<http://www.verbraucherministerium.de> : Sitio web del Ministerio Federal de Protección del Consumidor, Alimentación y Agricultura. Leyes y regulaciones disponibles en “Service” “Gesetze und Verordnungen” (sólo en idioma alemán)

« **Schadstoff-Höchstmengen-Verordnung (SHmV)** Verordnung über Höchstmengen an Schadstoffen in Lebensmitteln vom 19. Dezember 2003 (geändert durch Art. 1 V v. 30. 5.2005 I 1524) versión inglés: „Ordinance on the maximum permissible quantities of contaminants in foodstuffs“ texto, completo disponible en sitio web Ministerio de Medio Ambiente: http://www.bmu.de/english/food_safety/general_information/doc/5722.php

Transcribe las siguientes regulaciones de la Unión Europea:

Directiva: 2001/22/CE – métodos de análisis

Directiva: 2002/69/CE

Directiva: 315/93/CE (mercurio) revocado 5 de abril 2002

Directiva 466/2001/CE , 221/2001, 78/2005 (plomo y cadmio)

Dioxinas en alimentos

Directiva 2001/2375/CE cambia 2001/466/CE

Directiva 2004/684/Ce cambia 2001/466/CE con respecto a dioxina

(resumen de esta información en www.bmu.de - Ministerio de Medio Ambiente, Lebensmittelsicherheit, Seguridad de Alimentos)

Normativa de comercialización:

Nueces con cáscara

www.ble.de (Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung) Instituto Federal de Agricultura y Alimentación – publica normas de comercialización ir a „Pflanzliche Erzeugnisse“ „Obst und Gemüse“ „Vermarktungsnormen“ „**Walnüsse in der Schale**– versión consolidada en alemán, se están preparando documentos en idioma inglés y francés, link directo por

<http://www.ble.de/index.cfm/93FBB064E8894C8285511CE3FD9F2B4A>

Esta normativa se basa en la regulación 175/2001 de la Comisión Europea e incluye las siguientes modificaciones:

regulación 46/2003 del 10 de enero 2003, publicado por L7/10.01.2003

regulación 80/2003 del 17 de enero 2003, publicado por L13/18.01.2003

regulación 907/2004 del 29 de abril 2004, publicado por L163/30.04.2004

corrección de la regulación 46/2003 del 10 de enero 2003, publicado por L296/21.9.2004

regulación 6/2005 del 4 de enero 2005, publicado por L2/05.01.2003

<http://europa.eu.int/eur-lex/es/consleg/>:

Link a legislación UE, **base de textos legales consolidadas “CONSLEG”** acceso por link “estructura analítica” --> “03 Agricultura”, 03.60 “Productos que están sujetos a una organización común de mercados”. Estos textos contienen las normativas de comercialización (envase, etiquetado y tamaño) Link a producto nueces http://europa.eu.int/eur-lex/es/consleg/main/2001/es_2001R0175_index.html

Nueces sin cáscara/walnut kernels

http://www.unece.org/trade/agr/standard/dry/dry_e.htm:

(Agricultural Quality Standards de United Nations Economic Commission for Europe) establece estándares de comercialización. Autoridades alemanas recomiendan aplicar estas normas para los productos que no tienen estándares específicos a nivel de la Unión Europea.

Estadísticas

<http://www.destatis.de>: **Statistisches Bundesamt 2005**. Instituto Federal de Estadística. Datos de comercio exterior se entregan en forma de CD-Rom, por mes y anualmente, datos preliminares anual del año previo se publican en abril, cifras definitivas en noviembre.

Asociación de consumidores/prensa

<http://www.warentest.de>: Sitio web de la fundación “Warentest” que analiza regularmente diferentes productos alimenticios.

SITIOS WEB DE LA UNIÓN EUROPEA

Aranceles(TARIC) Base de Datos de TARIC (Online Customs Tariff Database)

http://europa.eu.int/comm/taxation_customs/common/databases/taric/index_en.htm:

con información completa sobre aranceles, cuotas y otras información respecto ingreso de mercancías a la UE. (disponible en todas las idiomas de la Unión Europea)

European Mycotoxin Awareness Network. Sitio web europeo sobre legislación y metodos de análisis de micotóxicas. <http://193.132.193.215/eman2/index.asp>

Seguridad alimentaria http://www.europa.eu.int/pol/food/index_es.htm:

Comercio Exterior: <http://europa.eu.int/comm/trade/>: Sitio web de la Comisión Europea del Comercio Exterior, publicación de comunicados de prensa con respecto a antidumping y otras temas de actualidad, con link al Export Helpdesk.

Información para Exportadores de terceros países:

http://export-help.cec.eu.int/index_es.html Expanding Exports Helpdesk: Sitio web de la Unión Europea orientado a exportadores de países emergentes y en vía de desarrollo fuera de la UE. (idioma inglés)

Documentos oficiales <http://europa.eu.int/eur-lex/lex/es/index.htm>: Sitio web oficial de la Unión Europea para búsqueda de documentos oficiales (regulaciones, leyes y normativas) Las decisiones se publican en todos los idiomas de los Miembros de la Comunidad. Búsqueda con fecha de publicación y n° de diario oficial.
